

Grosses délivrées **RÉPUBLIQUE FRANÇAISE**

aux parties le : AU NOM DU PEUPLE FRANÇAIS

**COUR D'APPEL DE PARIS**

**Pôle 5 - Chambre 1**

**ARRÊT DU 1ER DÉCEMBRE 2015**

(n° 195/2015, 50 pages)

Numéro d'inscription au répertoire général : **14/02708**

Décisions déferées à la Cour : Jugement du 15 novembre 2013-Tribunal de Grande Instance de PARIS -3ème chambre - 3ème section - RG n° 08/17554 et jugement en rectification d'erreur matérielle et omission de statuer du 10 janvier 2014 - Tribunal de grande instance de Paris - 3ème chambre - 3ème section - RG : 13/17017

**APPELANTES**

**SA MARIAGE FRÈRES**

Agissant poursuites et diligences de ses représentants légaux domiciliés en cette qualité audit siège

30/32 rue du Bourg Tibourg

75004 PARIS

**SA MAISONS DE THE MARIAGE FRÈRES**

Agissant poursuites et diligences de ses représentants légaux domiciliés en cette qualité audit siège  
35 rue du Bourg Tibourg

75004 PARIS

Représentées par Me Anne-Marie MAUPAS OUDINOT, avocat au barreau de PARIS, toque : B0653

Assistées de Me Anne-Judith LEVY et de Me Mathilde LEFROY, avocats au barreau de PARIS, toque : C1580

**INTIMES**

**Monsieur Taha BOUQDIB**

Chez WELLNESS GROUP

61 Kim Yam Road

239360 SINGAPOUR

**Société TWG TEA**

Prise en la personne de ses représentants légaux domiciliés en cette qualité audit siège

61 Kim Yam Road

239360 SINGAPOUR

Représentés par Me Florence GUERRE de la SELARL PELLERIN - DE MARIA - GUERRE, avocat au barreau de PARIS, toque : L0018

Assistés de Me Jean-Frédéric GAULTIER du PUK OLSWANG France LLP, avocat au barreau de PARIS, toque : D0320

**Monsieur Robert, Aron MIZRAHI**

51, Rue Saint Sauveur

75002 PARIS

Représenté par Me Florence GUERRE de la SELARL PELLERIN - DE MARIA - GUERRE, avocat au barreau de PARIS, toque : L0018

Assisté de Me Isabelle LEROUX de l'AARPI DENTONS EUROPE, avocat au barreau de PARIS, toque : P0372

**Société THE WELLNESS GROUP**

Prise en la personne de ses représentant légaux domiciliés en cette qualité audit siège

61 Kim Yam Road

239360 SINGAPOUR

Laquelle n'a pas constitué avocat. Non représentée.

**COMPOSITION DE LA COUR :**

L'affaire a été débattue le 30 Septembre 2015, en audience publique, devant la Cour composée de :

Monsieur Benjamin RAJBAUT, Président de chambre

Mme Nathalie AUROY, Conseillère

Madame Isabelle DOUILLET, Conseillère

qui en ont délibéré.

Un rapport a été présenté à l'audience dans les conditions prévues à l'article 785 du code de procédure civile.

**Greffier**, lors des débats : Madame Karine ABELKALON

**ARRÊT :**

- par arrêt rendu par défaut

- par mise à disposition de l'arrêt au greffe de la Cour, les parties en ayant été préalablement avisées dans les conditions prévues au deuxième alinéa de l'article 450 du code de procédure civile.
- signé par Monsieur Benjamin RAJBAUT, président et par Madame Karine ABELKALON, greffier présent lors du prononcé.

\*\*\*

Vu le jugement rendu contradictoirement le 15 novembre 2013 par le tribunal de grande instance de Paris et le jugement en rectification d'erreur matérielle et omission de statuer rendu le 10 janvier 2014 par le tribunal de grande instance de Paris.

Vu l'appel interjeté le 06 février 2014 par la SA Mariage Frères et la SA Maisons de Thé Mariage Frères (les sociétés Mariage Frères), intimant les sociétés The Wellness Group et TWG Tea et MM Taha BOUQDIB et Robert MIZRAHI.

Vu l'assignation de la société de droit singapourien The Wellness Group notifiée à la requête des sociétés Mariage Frères et Maisons de Thé Mariage Frères par remise de l'acte à Parquet le 02 avril 2014 et le bordereau de transmission de l'acte aux autorités de Singapour en date du 28 avril 2014, et la dénonciation des conclusions des appelantes par remise des actes à Parquet le 28 mai 2014 et le 26 août 2015.

Vu les dernières conclusions récapitulatives des sociétés Mariage Frères et Maisons de Thé Mariage Frères, transmises le 14 septembre 2015.

Vu les dernières conclusions récapitulatives n° 2 de M. Robert MIZRAHI, transmises le 07 août 2015.

Vu les dernières conclusions de la société de droit singapourien TWG Tea et de M. Taha BOUQDIB, transmises le 21 août 2015.

Vu l'ordonnance de clôture en date du 15 septembre 2015.

## **MOTIFS DEL' ARRÊT**

Considérant que la société The Wellness Group, qui n'a pas été citée à personne habilitée, ne comparait pas, qu'en conséquence le présent arrêt sera rendu par défaut conformément aux dispositions du dernier alinéa de l'article 474 du code de procédure civile ;

Considérant que, pour un exposé complet des faits de la cause et de la procédure, il est expressément renvoyé au jugement déferé et aux écritures des parties ;

Considérant qu'il suffit de rappeler que la SA Mariage Frères se présente comme la plus ancienne maison de thé en France comme ayant été créée à Paris le 01 juin 1854 par Henri et Édouard Mariage, considérée comme la première marque mondiale de thé de luxe ;

Que cette entreprise familiale a été rachetée en 1984 par ses actuels dirigeants qui ont cherché à développer ce commerce de gros en commerce de détail, notamment par la création de salons de thé ;

Que la SA Mariage Frères est la structure holding, propriétaire des marques exploitées par la SA Maisons de Thé Mariage Frères qui a pour activité la vente au détail ;

Que ces sociétés revendiquent la création d'un art français du thé défini comme l'alliance du thé et de l'art de vivre à la française, en ayant développé des méthodes originales de présentation des thés,

l'architecture de salons de thé originaux et la création de divers mélanges ; qu'elles revendiquent ainsi des droits d'auteur sur les différents éléments d'un univers original conçu et développé autour du thé qui véhicule, selon elles, l'empreinte de la personnalité de la SA Maisons de Thé Mariage Frères ;

Que ces sociétés exploitent à Paris cinq maisons de thé et quatre au Japon par le biais de leur filiale Mariage Frères Japon, leurs produits étant présents dans plus de soixante pays par l'intermédiaire d'un millier de revendeurs ;

Qu'elles indiquent viser une clientèle traditionnelle parisienne et étrangère, la moitié de leur chiffre d'affaires étant réalisé à l'étranger, dont 85 % en Asie ;

Que la SA Mariage Frères indique également disposer de 24 points de vente dans le monde, dont 14 salons et distribuer ses produits par le biais de partenaires répartis dans 33 pays ;

Que la SA Mariage Frères est propriétaire de nombreuses marques, dont les marques françaises suivantes, régulièrement renouvelées, objets du présent litige :

- marque verbale 'MARIAGE FRÈRES' déposée le 25 février 1986 et enregistrée sous le numéro 1 344 151, pour désigner en classes 14, 21, 30 et 42 les : *'Thé, sous toutes ses formes, denrées coloniales, épicerie fines, pâtisseries, confiseries, chocolats, vanilles, mets de qualité. Services à thé en métal (précieux ou non), porcelaine, faïence, grès ou autre matériel et tous accessoires (boule à thé, chauffe-théières, etc). Services de stylisme : création de théières et service à thé. Maison de thé et généralement tous services autour du thé : salon de dégustation, cérémonie du thé, musée du thé. Boutique de franchise'*,

- marque semi-figurative 'MF MARIAGE FRÈRES' déposée le 25 février 1986 et enregistrée sous le numéro 1 344 152, qui constitue son logo, pour désigner en classes 14, 21, 30 et 42 les : *'Thé, sous toutes ses formes, denrées coloniales, épicerie fines, pâtisseries, confiseries, chocolats, vanilles, mets de qualité. Services à thé en métal (précieux ou non), porcelaine, faïence, grès ou autre matériel et tous accessoires (boule à thé, chauffe-théières, etc). Services de stylisme : création de théières et service à thé. Maison de thé et généralement tous services autour du thé ; salon de dégustation, cérémonie du thé, musée du thé. Boutique de franchise'*, telle que reproduite ci-dessous :

- marque verbale 'BIRTHDAY TEA' déposée le 10 mai 1995 et enregistrée sous le numéro 95 570 911, pour désigner en classe 30 les : *'Thés ; boissons à base de thé ; farines et préparations faites de céréales, pain, pâtisserie et confiserie, glaces comestibles'* ;

- marque semi-figurative 'THÉ MARCO POLO MARIAGE FRÈRES MF' déposée le 26 juillet 1995 et enregistrée sous le numéro 95 582 173, pour désigner en classe 30 les : *'Thés ; boissons à base de thé ; farines et préparations faites de céréales, pain, pâtisserie et confiserie, glaces comestibles'*, telle que reproduite ci-dessous :

- marque semi-figurative 'THÉ ST. VALENTIN 'Ils étaient assis autour d'une table ... et buvaient du thé en parlant d'amour' déposée le 26 juillet 1995 et enregistrée sous le numéro 95 582 174, pour désigner en classe 30 les : *'Thés ; boissons à base de thé ; farines et préparations faites de céréales, pain, pâtisserie et confiserie, glaces comestibles'*, telle que reproduite ci-dessous :

- marque semi-figurative 'BIRTHDAY TEA' déposée le 26 juillet 1995 et enregistrée sous le numéro 95 582 177, pour désigner en classe 30 les : *'Thés ; boissons à base de thé ; farines et préparations faites de céréales, pain, pâtisserie et confiserie, glaces comestibles'*, telle que reproduite ci-dessous :

- marque semi-figurative 'MARIAGE FRÈRES TZAR ALEXANDRE' déposée le 27 octobre 1995 et enregistrée sous le numéro 95 594 746, pour désigner en classe 30 les : *'Thés ; boissons à base de thé*

; farines et préparations faites de céréales, pain, pâtisserie et confiserie, glaces comestibles', telle que reproduite ci-dessous :

- marque verbale 'PLEINE LUNE' déposée le 29 mai 1996 et enregistrée sous le numéro 96 627 403, pour désigner en classes 29 et 30 les : *'Viande et extraits de viandes, poisson, volaille, gibier, fruits et légumes conservés, séchés et cuits ; gelées, confitures, compotes ; oeufs, laits et produits laitiers ; huiles et graisses comestibles. Café, succédanés du café, thé et boissons à base de thé, cacao, sucre, riz, tapioca, sagou ; farines et préparations à base de céréales ; pain, pâtisserie, biscuits et confiserie ; glaces comestibles ; miel, sirop de mélasse ; sel ; moutarde ; vinaigre ; sauces (condiments) ; épices ; glace à rafraîchir'* ;

- marque verbale 'WEDDING' déposée le 30 septembre 1996 et enregistrée sous le numéro 96 643 690, pour désigner en classes 29 et 30 les : *'Viande et extraits de viandes, poisson, volaille, gibier, fruits et légumes conservés, séchés et cuits ; gelées, confitures, compotes ; oeufs, laits et produits laitiers ; huiles et graisses comestibles. Cafés, succédanés du café, thé et boissons à base de thé, cacao, sucre ; riz, tapioca ; sagou, farines et préparations à base de céréales ; pain, pâtisserie, biscuits et confiseries ; glaces comestibles ; miel, sirop de mélasse ; sel, moutarde ; vinaigre ; sauces (condiments) ; épices ; glace à rafraîchir'*,

- marque verbale 'THÉ DES MANDARINS' déposée le 03 février 2000 et enregistrée sous le numéro 00 3 005 075, pour désigner en classes 3 et 4 les : *'Parfumerie, en particulier parfums d'ambiance ; huiles essentielles. Bougies et mèches (éclairage) parfumées'*,

- marque verbale 'EARL GREY FRENCH BLUE' déposée le 02 octobre 2000 et enregistrée sous le numéro 00 3 055 014, pour désigner en classes 3, 29 et 30 les : *'Bougies parfumées. Gelées, confitures, compotes ; fruits conservés, séchés et cuits. Thés et boissons à base de thé ; cacao ; chocolat ; pâtisserie, biscuits et confiseries ; glaces comestibles'*,

- marque verbale 'FRENCH TEA' déposée le 08 novembre 2000 et enregistrée sous le numéro 3 063 213, pour désigner en classes 3, 4, 21, 29, 30 et 42 les : *'Parfums d'ambiance, huiles essentielles, bougies parfumées. Bougies (éclairage). Ustensiles et récipients non électriques pour le ménage et la cuisine, boules à thé, passoires, doseurs à thés, infuseurs, filtres à thé, couvre théières métalliques (tous ces produits n'étant ni en métaux précieux, ni en plaqué) ; vaisselle en verre, porcelaine, faïence, résines synthétiques, terre cuite ; coffrets et jarres à thé non en métaux précieux ou en plaqué. Gelées, confitures, compotes ; fruits conservés, séchés et cuits. Thés et boissons à base de thé ; cacao ; chocolat ; pâtisserie, biscuits et confiseries ; glaces comestibles. Services de restaurants, salons de thé, cafés et bars ; services de styliste et d'architectes d'intérieur ; création de théières et services à thé ; informations sur le thé ; concessions de licence de droits de propriété intellectuelle'*,

-marque verbale 'FRENCH BREAKFAST TEA' déposée le 09 février 2001 et enregistrée sous le numéro 01 3 081 912, pour désigner en classes 21, 29 et 30 les : *'Ustensiles et récipients non électriques pour le ménage et la cuisine, boules à thé, passoires, doseurs à thés, infuseurs, filtres à thé, couvre théières métalliques (tous ces produits n'étant ni en métaux précieux, ni en plaqué) ; vaisselle en verre, porcelaine, faïence, résines synthétiques, terre cuite ; coffrets et jarres à thé non en métaux précieux ou en plaqué. Gelées, confitures, compotes ; fruits conservés, séchés et cuits. Thés et boissons à base de thé ; cacao ; chocolat ; pâtisserie, biscuits et confiseries ; glaces comestibles'*,

-marque verbale 'THAÏ ORCHID' déposée le 22 février 2002 et enregistrée sous le numéro 02 3 149 637, pour désigner en classes 3, 29 et 30 les : *'Parfums d'ambiance, huiles essentielles, bougies parfumées, encens. Gelées, confitures, compotes ; fruits conservés, séchés et cuits. Thés et boissons à base de thé ; cacao ; chocolat ; pâtisserie, biscuits et confiseries ; glaces comestibles ; sel, moutarde ; épices ; assaisonnements, condiments'*,

- marque verbale 'SAKURA' déposée le 23 juillet 2002 et enregistrée sous le numéro 02 3 175 888, pour désigner en classes 4, 29 et 30 les : *'Bougies parfumées, bougies d'éclairage et bougies décoratives. Gelées, confitures, compotes ; fruits conservés, séchés et cuits. Thés et boissons à base de thé ; cacao ; chocolat ; pâtisserie, biscuits et confiseries ; glaces comestibles ; sel, moutarde ; épices ; assaisonnements, condiments'* ;

- marque semi-figurative 'TIBET Thé des Prières MARIAGE FRÈRES' déposée le 02 septembre 2002 et enregistrée sous le numéro 02 3 181 437, pour désigner en classes 4, 29 et 30 les : *'Bougies parfumées, bougies d'éclairage et bougies décoratives. Gelées, confitures, compotes ; fruits conservés, séchés et cuits. Thés et boissons à base de thé ; cacao ; chocolat ; pâtisserie, biscuits et confiseries ; glaces comestibles ; sel, moutarde ; épices ; assaisonnements, condiments'*, telle que reproduite ci-dessous :

- marque semi-figurative 'RUSSIE Thé des Tzars MARIAGES FRÈRES' déposée le 02 septembre 2002 et enregistrée sous le numéro 02 3 181 439, pour désigner en classes 4, 29 et 30 les : *'Bougies parfumées, bougies d'éclairage et bougies décoratives. Gelées, confitures, compotes ; fruits conservés, séchés et cuits. Thé et boissons à base de thé ; cacao ; chocolat ; pâtisserie ; biscuits et confiserie ; glaces comestibles ; sel, moutarde ; épices ; assaisonnements, condiments'*, telle que reproduite ci-dessous :

- marque verbale 'THÉ DES MANDARINS' déposée le 16 janvier 2003 et enregistrée sous le numéro 03 3 204 419, pour désigner en classes 3, 29 et 30 les : *'Produits de parfumerie, cosmétiques, savons, produits de toilette contre la transpiration, laits et lotions pour le corps à usage cosmétique, sels pour le bain non à usage médical, huiles essentielles, shampoings, lotions pour les cheveux, dentifrices, encens. Gelées, confitures, compotes ; fruits conservés, séchés et cuits. Thés et boissons à base de thé ; sel, moutarde ; épices ; assaisonnements, condiments'* ;

- marque verbale 'LUCKY NUMBER TEA' déposée le 27 mai 2003 et enregistrée sous le numéro 3 227 600, pour désigner en classes 29 et 30 les : *'Gelées, confitures, compotes ; fruits conservés, séchés et cuits. Thés et boissons à base de thé ; cacao ; chocolat ; pâtisserie, biscuits et confiseries ; glaces comestibles ; sel, moutarde ; épices ; assaisonnements, condiments'*,

- marque verbale 'THÉ PORTE-BONHEUR' déposée le 27 mai 2003 et enregistrée sous le numéro 3 227 602, pour désigner en classes 29 et 30 les : *'Gelées, confitures, compotes ; fruits conservés, séchés et cuits. Thés et boissons à base de thé ; cacao ; chocolat ; pâtisserie, biscuits et confiseries ; glaces comestibles ; sel, moutarde ; épices ; assaisonnements, condiments'* ;

- marque verbale 'FRENCH TEA' déposée le 01 juillet 2003 et enregistrée sous le numéro 03 3 234 069 pour désigner en classes 9, 35 et 41 les : *'Disques acoustiques ; supports d'enregistrements de sons, d'images et de données vierges ou préenregistrés ; enregistrements de sons, d'images et de données téléchargeables ; locations d'enregistrements sonores et de vidéos ; appareils pour l'enregistrement, le téléchargement depuis un réseau d'ordinateurs ou de téléphonie, la transmission, la reproduction, la restitution de sons, d'images et de données ; logiciels ; publications électroniques téléchargeables. Promotion des ventes ; organisation de manifestations à caractère éducatif ou culture ; locations d'enregistrements sonores ; édition (publication) de livres ou de périodiques ; publication électronique de livres et de périodiques en ligne (non téléchargeables) ; organisation de manifestations à caractère éducatif ou culturel ; organisation de concours à caractère éducatif ou culturel'* ;

- marque verbale 'RUSSIAN BREAKFAST TEA' déposée le 27 juillet 2004 et enregistrée sous le numéro 3 305 469 pour désigner en classes 29, 30 et 32 les : *'Gelées, confitures, compotes ; fruits conservés, séchés et cuits. Thés et boissons à base de thé ; cacao ; chocolat ; pâtisserie, biscuits et confiseries ; glaces comestibles ; sel, moutarde ; épices ; assaisonnements, condiments. Eaux minérales et gazeuses et autres boissons non alcooliques ; boissons de fruits et jus de fruits ; sirops*

*et autres préparations pour faire des boissons'* ;

- marque figurative en couleurs 'VOYAGE THÉ PARIS KYOTO BANGKOK MARIAGE FRÈRES' déposée le 08 septembre 2004 et enregistrée sous le numéro 3 311 674 pour désigner en classe 30 les : *'Thés ; collections de thés présentées en coffret'*, telle que reproduite ci-dessous :

- marque figurative en couleurs 'VOYAGE THÉ PARIS SAÏGON SHANGAÏ MF MARIAGE FRÈRES' déposée le 14 septembre 2004 et enregistrée sous le numéro 3 312 635 pour désigner en classe 30 les *'Thés ; collections de thés présentées en coffret'*, telle que reproduite ci-dessous :

- marque figurative en couleurs déposée le 22 mars 2005 et enregistrée sous le numéro 3 348 271 pour désigner en classe 30 les : *'Thés et boissons à base de thé ; cacao ; chocolat ; pâtisserie, biscuits et confiseries ; glaces comestibles ; sel, moutarde ; épices ; assaisonnements, condiments'*, telle que reproduite ci-dessous :

- marque verbale 'SHANGAI BREAKFAST TEA' déposée le 01 septembre 2006 et enregistrée sous le numéro 3 448 151 pour désigner en classe 30 les : *'Thés et boissons à base de thé ; cacao ; chocolat ; pâtisserie, biscuits et confiseries ; glaces comestibles ; sel, moutarde ; épices ; assaisonnements, condiments'* ;

- marque verbale 'AMERICAN BREAKFAST TEA' déposée le 26 juillet 2007 et enregistrée sous le numéro 3 516 298, pour désigner en classe 30 les : *'Thés et boissons à base de thé'* ;

- marque verbale 'POLO CLUB' déposée le 18 décembre 2007 et enregistrée sous le numéro 07 3 544 710, pour désigner en classe 30 les : *'Thés et boissons à base de thé'* ;

- marque verbale 'PARIS-SINGAPOUR' déposée le 15 janvier 2008 et enregistrée sous le numéro 08 3 549 101, pour désigner en classe 3 les : *'Produits de parfumerie y compris parfums d'ambiance et parfums pour le corps, cosmétiques, savons, produits de toilette contre la transpiration, laits et lotions pour le corps à usage cosmétique, sels pour le bain non à usage médical, huiles essentielles, shampoings, lotions pour les cheveux, dentifrices, encens, parfums d'intérieur'* ;

- marque verbale 'PARIS-SINGAPOUR' déposée le 04 mars 2008 et enregistrée sous le numéro 08 3 560 240, pour désigner en classe 30 les : *'Thés et boissons à base de thé ; cacao ; chocolat ; pâtisserie, biscuits et confiseries ; glaces comestibles ; sel, moutarde ; épices ; assaisonnements, condiments'* ;

- marque verbale 'PARIS BREAKFAST' déposée le 07 avril 2009 et enregistrée sous le numéro 3 642 495, pour désigner en classe 30 les : *'Thés et boissons à base de thé ; cacao ; chocolat ; pâtisserie, biscuits et confiseries ; glaces comestibles ; sel, moutarde ; épices ; assaisonnements, condiments'* ;

- marque verbale 'MAORI BLUE' déposée le 13 juillet 2012 et enregistrée sous le numéro 3 934 122, pour désigner en classe 30 les : *'Thés et boissons à base de thé ; cacao ; chocolat ; pâtisserie, biscuits et confiseries ; glaces comestibles ; sel, moutarde ; épices ; assaisonnements, condiments ; infusions non médicinales ; plantes et graines séchées, aromates autres que les huiles essentielles et mélanges de ces produits, pour la préparation de boissons non médicinales'* ;

Que postérieurement au jugement entrepris la SA Mariage Frères a encore déposé les marques françaises suivantes :

- marque verbale 'FRENCH TEA CLUB' déposée le 27 novembre 2013 sous le numéro 4 050 445 (non encore enregistrée) pour désigner en classe 30 les : *'Thés et boissons à base de thé ; cacao ; chocolat ; pâtisserie, biscuits et confiseries ; glaces comestibles ; sel, moutarde ; épices ;*

*assaisonnements, condiments ; infusions non médicinales ; plantes et graines séchées, aromates autres que les huiles essentielles et mélanges de ces produits, pour la préparation de boissons non médicinales' ;*

- marque semi-figurative 'THAÏ ORCHID' déposée le 29 novembre 2013 et enregistrée sous le numéro 4 051 119 pour désigner en classes 4, 29 et 30 les : *'Bougies, bougies parfumées, bougies d'éclairage et bougies décoratives ; Gelées, confitures, compotes ; fruits conservés, séchés et cuits ; Thés et boissons à base de thé ; cacao ; chocolat ; pâtisserie, biscuits et confiseries ; glaces comestibles ; sel, moutarde ; épices ; assaisonnements, condiments ; infusions non médicinales ; plantes et graines séchées, aromates autres que les huiles essentielles et mélanges de ces produits, pour la préparation de boissons non médicinales',* telle que reproduite ci-dessous :

- marque semi-figurative 'FRENCH BREAKFAST TEA' déposée le 29 novembre 2013 et enregistrée sous le numéro 4 051 130 pour désigner en classes 21, 29 et 30 les : *'Ustensiles et récipients pour le ménage et la cuisine ; théières ; services à thé ; boules à thé, passoirs, doseurs à thés, infuseurs, filtres à thé, couvre théières (cosys) métalliques ; vaisselle en verre, porcelaine, faïence, résines synthétiques, terre cuite ; vaisselle en métaux précieux ou en plaqué (à l'exception des couverts) ; boîtes, coffrets et jarres à thé ; bougeoirs et candélabres en métaux précieux ou en plaqué ; peignes et éponges ; brosses, à l'exception des pinceaux ; matériel de nettoyage ; Gelées, confitures, compotes ; fruits conservés, séchés et cuits ; Thés et boissons à base de thé ; cacao ; chocolat ; pâtisserie, biscuits et confiseries ; glaces comestibles ; sel, moutarde ; épices ; assaisonnements, condiments ; infusions non médicinales ; plantes et graines séchées, aromates autres que les huiles essentielles et mélanges de ces produits, pour la préparation de boissons non médicinales',* telle que reproduite ci-dessous :

- marque semi-figurative 'FRENCH TEA' déposée le 29 novembre 2013 et enregistrée sous le numéro 4 051 150 pour désigner en classes 4, 30 et 41 les : *'Bougies, bougies parfumées, bougies d'éclairage et bougies décoratives ; Thés et boissons à base de thé ; cacao ; chocolat ; pâtisserie, biscuits et confiseries ; glaces comestibles ; sel, moutarde ; épices ; assaisonnements, condiments ; infusions non médicinales ; plantes et graines séchées, aromates autres que les huiles essentielles et mélanges de ces produits, pour la préparation de boissons non médicinales ; Education ; formation ; organisation de cours et de séminaires de formation au choix, à la préparation, au service et à la dégustation du thé ; divertissement ; activités sportives et culturelles ; informations en matière de divertissement ou d'éducation ; recyclage professionnel ; publication de livres ; prêt de livres ; production de films sur bandes vidéo et supports numériques ; organisation de concours (éducation ou divertissement) ; organisation et conduite de colloques, conférences ou congrès ; organisation d'expositions et d'événements à buts culturels ou éducatifs ; publication électronique de livres et de périodiques en ligne',* telle que reproduite ci-dessous :

Que la société The Wellness Group, créée en 2003 et basée à Singapour, est spécialisée dans la vente de produits de bien-être et notamment de produits 'spas' (bougies parfumées, lotions et crèmes pour le corps, accessoires de yoga, etc) .

Que sa filiale, la société TWG Tea créée en avril 2008, est spécialisée dans la commercialisation du thé par le biais de boutiques et, depuis 2010, d'un site marchand en ligne sur Internet ;

Que la société TWG Tea a déposé les marques françaises semi-figuratives suivantes :

- 'THE FINEST TEAS OF THE WORLD MÉLANGES EXQUIS MILLÉSIMÉS D'EXCEPTION 1837 TWG TEA GRANDS CRUS PRESTIGE' (ci-après TWG) déposée le 25 mars 2009 et enregistrée sous le numéro 09 3 639 325, pour désigner en classes 21, 30 et 43 les : *'Théières ; tasses à thé et soucoupes ; plats ; récipients pour l'alimentation, à savoir assiettes, bols ; bols ; boules à thé ; boîtes à thé ; boules à thé (infusion) ; services à thé ; passe-thé. Boissons faites à base de thé ; thé noir (thé anglais) ; assortiment de thés ; thé aux fruits ; thé Chai ; thé aromatique ; thé Rooibos ;*



*essence de thé ; thé vert ; thé à base d'herbes (pour la nourriture) ; thé vert japonais ; thé d'Oolong (thé chinois) ; thé ; sachets de thé ; extraits de thé ; thé pour infusions ; boissons à base de thé ; gâteaux ; pâtisseries ; macarons (pâtisserie) ; préparations aromatiques pour pâtisseries. Services de fourniture de nourriture et de boisson (restauration) ; cafés restaurants ; restauration (repas) ; salon de thé ; échantillon de thé ; information, y compris en ligne, concernant le thé et les services de fournitures de thé et de boisson, à savoir information en matière de restauration ; salons de thé (room service de thé, service de cérémonie de thé)', telle que reproduite ci-dessous :*

- 'NEW-YORK BREAKFAST' déposée le 16 avril 2009 et enregistrée sous le numéro 09 3 644 353, pour désigner en classe 30 les : *'Boissons faites à base de thé ; thé noir (thé anglais) ; assortiment de thés ; thé aux fruits ; thé Chai ; thé aromatique ; thé Rooibos ; essence de thé ; thé vert ; thé à base d'herbes (pour la nourriture) ; thé vert japonais ; thé d'Oolong (thé chinois) ; thé ; sachets de thé ; extraits de thé ; thé pour infusions ; boissons à base de thé ; gâteaux ; pâtisseries ; macarons (pâtisserie) ; préparations aromatiques pour pâtisseries',* telle que reproduite ci-dessous :

Que M. Robert MIZRAHI est dessinateur indépendant et a travaillé avec les sociétés Mariage Frères de 1983 à 2006, ces dernières indiquant qu'il a exécuté le film du logotype 'Mariage Frères' qui est devenu leur enseigne et leur marque en 1983 et 1984, réalisé le lettrage des boîtes noires contenant les thés en vrac et peint les boîtes à l'ancienne ;

Que M. Robert MIZRAHI indique avoir été approché en 2007 par la société The Wellness Group afin de réaliser un logo et des illustrations de boîtes de thé destinées à être utilisées dans deux magasins à Singapour ; qu'il travaille depuis régulièrement avec la société TWG Tea ;

Que M. Taha BOUQDIB a été embauché le 27 juillet 1993 par la SA Mariage Frères en qualité de serveur avant de devenir assistant responsable en 1999, responsable de magasin de juillet 2003 à octobre 2006 puis chargé de mission ; qu'il a démissionné le 04 avril 2007 et quitté son poste le 20 mai 2007 après un délai de préavis réduit, pour être embauché en juin 2007 par la société The Wellness Group pour développer le projet TWG Tea avec son créateur jusqu'en avril 2008, devenant à compter de cette date actionnaire et dirigeant de la société TWG Tea ;

Que M. Rithyrith AUM-STIEVENARD a travaillé pour la SA Mariage Frères à partir de 1992 d'abord comme chef de rang puis en qualité de directeur de la restauration ; qu'il a rejoint la société The Wellness Group le 21 novembre 2007, puis la société TWG Tea en 2008 où il exerce les fonctions de directeur général ;

Que par lettre du 29 septembre 2007, la SA Mariage Frères a reproché à M. Taha BOUQDIB des actes de concurrence déloyale commis conjointement avec M. Rithyrith AUM-STIEVENARD et son nouvel employeur, s'agissant de la participation d'anciens salariés à une entreprise concurrente, de débauchage de personnel, d'utilisation de ses signes et concepts distinctifs, de divulgation et exploitation du savoir faire, de désorganisation des services, d'utilisation d'informations prohibées et de confusion volontairement entretenue entre les deux entreprises, le mettant en demeure de cesser ces agissements que M. Taha BOUQDIB a contestés le 25 octobre 2007 par l'intermédiaire de son conseil ;

Que M. Philippe LANGLOIS a travaillé pour la SA Mariage Frères à partir de 1993 en qualité de pâtissier puis de chef pâtissier et a donné sa démission le 01 février 2008, quittant l'entreprise le 01 avril 2008 pour rejoindre le 29 mai 2008 les sociétés The Wellness Group et TWG Tea à Singapour, en qualité de chef pâtissier ;

Qu'ayant été informées par leur fournisseur de boîtes à l'ancienne, les Établissements Paul Lagache, que la société The Wellness Group l'avait contactée pour fabriquer des boîtes à thé qui seraient similaires aux leurs, les sociétés Mariage Frères, autorisées par ordonnance présidentielle du 18 mars 2008, ont fait diligenter le 17 avril 2008 un procès-verbal de constat chez leur fournisseur dont il

ressort que la société The Wellness Group a commandé le 16 octobre 2007, 2.358 boîtes de thé prêtes à l'expédition, les directives sur l'élaboration de ces boîtes provenant de M. Taha BOUQDIB et étant transmises aux Établissements Paul Lagache par M. Robert MIZRAHI ;

Que c'est dans ces conditions que les sociétés Mariage Frères et Maisons du Thé Mariage Frères ont fait assigner le 10 décembre 2008 devant le tribunal de grande instance de Paris les sociétés The Wellness Group et TWG Tea et MM Taha BOUQDIB, Philippe LANGLOIS, Rithyrith AUM-STIEVENARD et Robert MIZRAHI en contrefaçon de droits d'auteur et de marques, débauchage déloyal, parasitisme et concurrence déloyale ainsi qu'en nullité des marques n° 09 3 639 325 et 09 3 644 353 ;

Que la cour de céans, par arrêt infirmatif du 01 avril 2011, a rejeté l'exception d'incompétence territoriale, déclaré le tribunal de grande instance de Paris compétent pour statuer sur les demandes, objets de l'acte introductif d'instance, compte tenu du domicile de M. Robert MIZRAHI en France et du fait qu'au regard de l'article 46 du code de procédure civile, les sociétés Mariage Frères peuvent se prévaloir d'un préjudice subi, pour partie, en France ;

Qu'autorisé par ordonnance du juge de la mise en état du 30 janvier 2012, M. Robert MIZRAHI a fait procéder le 07 février 2012 à une saisie contrefaçon, sur le fondement de droits d'auteur qu'il revendique sur le logo des boîtes de thé à l'ancienne, dans les locaux des sociétés Mariage Frères avant de présenter reconventionnellement des demandes en atteinte à ses droits d'auteur ainsi qu'en déchéance des droits des sociétés Mariage Frères sur les marques 'FRENCH BREAKFAST TEA', 'FRENCH TEA' (deux marques) et 'THAÏ ORCHID' pour l'ensemble des produits et services désignés ;

Que reconventionnellement les sociétés The Wellness Group et TWG Tea et M. Taha BOUQDIB ont demandé la nullité pour fraude des marques 'PARIS-SINGAPOUR' et 'POLO CLUB' et ont présenté des demandes en dommages et intérêts du fait d'actes de dénigrement à leur rencontre ;

Que parallèlement à cette procédure, le tribunal de grande instance de Paris dans une instance opposant les sociétés Mariage Frères à leur fournisseur de boîtes à thé, la société Paul Lagache International, a par jugement du 14 février 2012, jugé que cette dernière avait commis une faute en commercialisant des boîtes de thé pour la société TWG Tea en violation de ses engagements contractuels à l'égard de la SA Mariage Frères mais a rejeté la demande en dommages et intérêts formulée sur ce fondement, faute de preuve quant au préjudice subi ;

Considérant que le jugement entrepris, rectifié le 10 janvier 2014 a, en substance :

- rejeté la fin de non recevoir tirée du défaut d'intérêt à agir des sociétés Mariage Frères s'agissant des demandes d'interdiction,
- déclaré la demande de M. Robert MIZRAHI en déchéance de la marque française 'FRENCH TEA' n° 3 234 069 irrecevable pour l'ensemble des produits visés à cette marque,
- déclaré la demande de M. Robert MIZRAHI en déchéance de la marque française 'FRENCH BREAKFAST TEA' n° 3 081 912 irrecevable pour les '*ustensiles et récipients non électriques pour le ménage et la cuisine, boules à thé, passoires, doseurs à thés, infuseurs, filtres à thé, couvre théières métalliques (tous ces produits n'étant ni en métaux précieux, ni en plaqué) ; vaisselle en verre, porcelaine, faïence, résines synthétiques, terre cuite ; coffrets et jarres à thé non en métaux précieux ou en plaqué ; Gelées, confitures, compotes ; fruits conservés, séchés et cuits ; cacao ; chocolat ; pâtisserie, biscuits et confiseries ; glaces comestibles*',
- déclaré la demande de M. Robert MIZRAHI en déchéance de la marque française 'FRENCH

TEA' n° 3 063 213 irrecevable pour les '*parfums d'ambiance, huiles essentielles, bougies parfumées ; Bougies (éclairage) ; Ustensiles et récipients non électriques pour le ménage et la cuisine, boules à thé, passoires, doseurs à thés, infuseurs, filtres à thé, couvre théières métalliques (tous ces produits n'étant ni en métaux précieux, ni en plaqué) ; vaisselle en verre, porcelaine, faïence, résines synthétiques, terre cuite ; coffrets et jarres à thé non en métaux précieux ou en plaqué ; Gelées, confitures, compotes ; fruits conservés, séchés et cuits ; cacao ; chocolat ; pâtisserie, biscuits et confiseries ; glaces comestibles ; Services de restaurants, salons de thé, cafés et bars ; services de styliste et d'architectes d'intérieur ; création de théières et services à thé ; informations sur le thé ; concessions de licence de droits de propriété intellectuelle*',

- déclaré la demande de M. Robert MIZRAHI en déchéance de la marque française 'THAÏ ORCHID' n° 3 149 637 irrecevable pour les '*parfums d'ambiance, huiles essentielles, bougies parfumées, encens ; Gelées, confitures, compotes ; fruits conservés, séchés et cuits ; Cacao ; chocolat ; pâtisserie, biscuits et confiseries ; glaces comestibles ; sel, moutarde ; épices ; assaisonnements, condiments*',
- prononcé la déchéance des droits de la SA Mariage Frères sur la marque française 'FRENCH BREAKFAST TEA' n° 3 081 912 en ce qui concerne le thé et les boissons à base de thé à compter du 09 février 2006,
- prononcé la déchéance des droits de la SA Mariage Frères sur la marque française 'FRENCH TEA' n° 3 063 213 en ce qui concerne le thé et les boissons à base de thé à compter du 01 juillet 2008,
- prononcé la déchéance des droits de la SA Mariage Frères sur la marque française 'THAÏ ORCHID' n° 3 149 637 en ce qui concerne le thé et les produits à base de thé à compter du 22 février 2007,
- déclaré en conséquence les demandes en contrefaçon de la SA Mariage Frères fondées sur les marques 'FRENCH BREAKFAST TEA' n° 3 081 912, 'FRENCH TEA' n° 3 063 213 et 'THAÏ ORCHID' n° 3 149 637 irrecevables,
- débouté les sociétés The Wellness Group et TWG Tea de leur demande en nullité pour fraude des marques françaises 'PARIS-SINGAPOUR' n° 3 560 240 et 'POLO CLUB' n° 3 544 710,
- débouté la SA Mariage Frères de sa demande en nullité de la marque française 'NEW YORK BREAKFAST' n° 3 644 353 dont est titulaire la société TWG Tea,
- prononcé la nullité de la marque française 'THE FINEST TEAS OF THE WORLD MÉLANGES EXQUIS MILLÉSIMES D'EXCEPTION 1837 TWG TEA GRANDS CRUS PRESTIGE' n° 09 3 369 325 déposée le 25 mars 2009 dont est titulaire la société TWG Tea pour l'ensemble des produits et services visés,
- dit que sa décision, une fois devenue définitive, sera transmise par la partie la plus diligente à l'INPI en vue de son inscription sur le Registre national des marques,
- dit que la société TWG Tea a commis des actes de contrefaçon de la marque verbale 'PARIS-SINGAPOUR' n° 3 560 240 dont est titulaire la SA Mariage Frères,
- condamné en conséquence la société TWG Tea à payer à la SA Mariage Frères la somme de 3.000 € en réparation de son préjudice résultant de la contrefaçon,
- interdit à la société TWG Tea d'exploiter à destination du public français un produit sous la

dénomination 'Paris Singapore Tea',

- rejeté la demande en nullité de la marque française verbale 'SAKURA' n° 3 175 888,
- dit que la société TWG Tea a commis des actes de contrefaçon de la marque verbale 'SAKURA' n° 3 175 888 dont est titulaire la SA Mariage Frères au préjudice de celle-ci,
- condamné la société TWG Tea à payer à la SA Mariage Frères la somme de 3.000 € en réparation de son préjudice résultant de la contrefaçon de cette marque,
- interdit à la société TWG Tea d'exploiter à destination du public français un produit sous la dénomination 'Sakura Sakura Tea !' ou 'Sakura',
- débouté la SA Mariage Frères de ses demandes au titre du droit d'information et des mesures de publication,
- débouté la SA Mariage Frères de sa demande en contrefaçon à l'encontre de M. Robert MIZRAHI fondée sur la marque 'PARIS-SINGAPOUR' n° 3 560 240,
- débouté les sociétés Mariage Frères et Maison de Thé Mariage Frères de toutes leurs autres demandes en contrefaçon de marque,
- déclaré les demandes en contrefaçon de droits d'auteur de M. Robert MIZRAHI prescrites pour les faits antérieurs au 30 janvier 2007,
- rejeté les demandes en contrefaçon de droits d'auteur de M. Robert MIZRAHI,
- dit que la loi de Singapour est applicable aux demandes des sociétés Mariage Frères fondées sur la contrefaçon de droit d'auteur,
- débouté les sociétés Mariage Frères et Maison de Thé Mariage Frères de l'ensemble de leurs demandes au titre du droit d'auteur,
- débouté les sociétés Mariage Frères et Maison de Thé Mariage Frères de leurs demandes au titre de la concurrence déloyale et du parasitisme,
- débouté les sociétés Mariage Frères et Maison de Thé Mariage Frères de leur demande en procédure abusive à l'encontre de M. Robert MIZRAHI,
- déclaré la demande de M. Taha BOUQDIB en dénigrement irrecevable,
- dit que les sociétés Mariage Frères et Maison de Thé Mariage Frères ont commis des actes de dénigrement à l'encontre de la société TWG Tea,
- condamné en conséquence *in solidum* les sociétés Mariage Frères et Maison de Thé Mariage Frères à payer à la société TWG Tea la somme de 15.000 € en réparation de son préjudice,
- rejeté les autres demandes au titre du dénigrement,
- débouté les parties de leurs demandes de publication judiciaire,
- condamné *in solidum* les sociétés Mariage Frères et Maison de Thé Mariage Frères à payer au titre de l'article 700 du code de procédure civile la somme de 100.000 € aux sociétés The Wellness Group et TWG Tea et à M. Taha BOUQDIB ensemble, celle de 7.000 € à M.

Robert MIZRAHI et celle de 5.000 € à MM Philippe LANGLOIS et Rithyrith AUM-STIEVENARD ensemble, ainsi qu'aux dépens,

- ordonné l'exécution provisoire de sa décision s'agissant de la mesure d'interdiction d'utilisation du signe 'Paris Singapore Tea' par la société TWG Tea ;

### I : SUR LA PROCÉDURE :

Considérant que la société TWG Tea et M. Taha BOUQDIB ne reprennent pas devant la cour leur fin de non recevoir tirée du défaut d'intérêt à agir des sociétés Mariage Frères s'agissant des demandes d'interdiction et dont ils ont été déboutés par les premiers juges ;

Considérant en conséquence que le jugement entrepris sera confirmé par adoption de ses motifs exacts et pertinents tant en droit qu'en fait, en ce qu'il a rejeté la fin de non recevoir tirée du défaut d'intérêt à agir des sociétés Mariage Frères s'agissant des demandes d'interdiction ;

Considérant que la société TWG Tea et M. Taha BOUQDIB soulèvent en outre l'irrecevabilité des demandes des sociétés Mariage Frères sur 120 noms de thés prétendument imités par la société TWG Tea comme étant nouvelles en cause d'appel ;

Mais considérant que cette demande n'est présentée par les sociétés Mariage Frères en pages 101 et 102 de leurs conclusions que comme une mesure réparatrice des actes considérés par elles comme contrefaisants et constitutifs de concurrence déloyale et parasitaire, qu'il ne s'agit donc pas de prétentions nouvelles irrecevables en cause d'appel ;

### II : SUR LES DEMANDES RELATIVES AUX MARQUES :

***Les demandes en déchéance des marques 'FRENCH BREAKFAST TEA' n° 01 3 081 912, 'FRENCH TEA' n° 3 234 069 et 3 063 213 et 'THAÏ ORCHID' n° 3 149 637 :***

Considérant que M. Robert MIZRAHI invoque la déchéance des droits des sociétés Mariage Frères sur les marques verbales françaises 'FRENCH BREAKFAST TEA' n° 01 3 081 912, 'FRENCH TEA' n° 3 063 213 et 'THAÏ ORCHID' n° 3 149 637 pour l'ensemble des produits et services qu'elles désignent en faisant valoir qu'il dispose bien d'un intérêt à agir dans la mesure où c'est l'ensemble des produits et services qui lui sont opposés dans le cadre de l'action en contrefaçon de ces marques engagée à son encontre ;

Qu'il conclut donc à l'infirmité du jugement entrepris en ce qu'il a limité son intérêt à agir aux seuls thé et boissons à base de thé et demande qu'il soit déclaré recevable à agir en déchéance à l'encontre de l'ensemble des produits et services opposé par les sociétés Mariage Frères au titre des marques ;

Que sur le fond il soutient que la seule pièce adverse communiquée ne démontre pas une exploitation sérieuse et continue de ces marques au cours des cinq dernières années ;

Considérant que la société TWG Tea et M. Taha BOUQDIB concluent à la confirmation du jugement entrepris en ce qu'il a prononcé cette déchéance et écarté les griefs de contrefaçon formulés par les sociétés Mariage Frères ;

Considérant que les sociétés Mariage Frères concluent à la confirmation du jugement entrepris en ce qu'il a dit irrecevables les demandes en déchéance de M. Robert MIZRAHI pour les produits et services autres que le thé et les boissons à base de thé ;

Que sur le fond elles soutiennent que la marque 'FRENCH TEA' est une marque 'ombrelle' apposée

sur tous les étuis de tous les thés conditionnés figurant à leur catalogue, ce que confirme leur pièce 104 ; que la marque 'THAÏ ORCHID' est également exploitée ainsi que cela résulte de la pièce 104, de même que la marque 'FRENCH BREAKFAST TEA' ;

Considérant ceci exposé, que c'est à juste titre que les premiers juges ont rappelé que la demande reconventionnelle en déchéance constituant une défense au fond à l'action en contrefaçon de marques, l'intérêt à agir de M. Robert MIZRAHI au regard de l'article 31 du code de procédure civile, est limité aux produits qui lui sont opposés dans ce cadre, en l'espèce les *'thés et boissons à base de thé'* ; qu'il convient de relever que devant la cour M. Robert MIZRAHI ne soulève pas la déchéance de la marque 'FRENCH TEA' n° 3 234 069 qui ne désigne pas les thés et boissons à base de thé et n'est pas invoquée par les sociétés Mariage Frères au soutien de leur action en contrefaçon de marques, le jugement entrepris étant donc confirmé en ce qu'il a déclaré la demande de M. Robert MIZRAHI en déchéance de cette marque irrecevable ;

Considérant qu'en ce qui concerne les autres marques, il ressort des pièces de la procédure que les sociétés Mariage Frères n'opposent à M. Robert MIZRAHI dans le cadre de leur action en contrefaçon de marques que les *'thés et boissons à base de thé'*, de telle sorte que ce dernier n'a, dans le cadre de sa demande reconventionnelle en défense, d'intérêt à solliciter la déchéance de ces marques que pour les thés et boissons à base de thé ;

Que le jugement entrepris sera donc confirmé en ce qu'il a déclaré les demandes de M. Robert MIZRAHI en déchéance des marques 'FRENCH BREAKFAST TEA' n° 01 3 081 912, 'FRENCH TEA' n° 3 063 213 et 'THAÏ ORCHID' n° 3 149 637 irrecevables pour tous les autres produits et services que les *'thés et boissons à base de thé'* ;

Considérant que dans la mesure où il est allégué une absence d'exploitation de ces marques pour les thés et boissons à base de thé, la période de référence de cinq années prévue par l'article L 714-5 du code de la propriété intellectuelle, a pour point de départ la publication de la marque au BOPI (conformément aux dispositions de l'article R 712-23 du code de la propriété intellectuelle) ;

Qu'ainsi pour la marque 'FRENCH BREAKFAST TEA' n° 01 3 081 912 (publiée au BOPI 2001-11), la période va du 16 mars 2001 au 16 mars 2006, pour la marque 'FRENCH TEA' n° 3 063 213 (publiée au BOPI 2000-50), la période va du 15 décembre 2000 au 15 décembre 2005 et pour la marque 'THAÏ ORCHID' n° 3 149 637 (publiée au BOPI 2002-13), la période va du 29 mars 2002 au 29 mars 2007 ;

Considérant qu'il résulte des dispositions de l'article L 714-5, alinéa 4 du code de la propriété intellectuelle (à interpréter à la lumière de l'article 12, §1, 2ème alinéa de la directive n° 2008/05 du Parlement européen et du Conseil du 22 octobre 2008, codifiant la directive n° 89/104 dont il est la transposition en droit interne) qu'une marque inexploitée depuis cinq ans ou plus ne peut être frappée de déchéance, dès lors que son titulaire a repris un usage sérieux de cette marque plus de trois mois avant la demande en déchéance ; qu'en l'espèce cette demande a été présentée par M. Robert MIZRAHI en première instance par ses conclusions du 14 juin 2013 ;

Considérant que les sociétés Mariage Frères ne produisent, pour justifier d'un usage sérieux de ces marques, qu'une déclaration rédigée le 11 septembre 2015 par M. Christophe HEURDIER, directeur financier et ressources humaines de la SA Mariage Frères, attestant *'sur l'honneur de la réalité des ventes au public des produits revêtus des marques FRENCH TEA, FRENCH BREAKFAST TEA et THAÏ ORCHID entre 2008 et 2013, telle qu'elle résulte des documents comptables joins, signés de notre commissaire aux comptes'* ;

Que toutefois cette attestation émane d'un responsable de la SA Mariage Frères, laquelle ne saurait se constituer ainsi une preuve à elle-même, et doit donc être corroborée par des justifications d'usage objectives ;

Qu'en ce qui concerne la marque 'FRENCH TEA' n° 3 063 213, les photographies d'emballages et la reproduction d'un catalogue indiquant la liste des thés vendus dans un emballage portant cette marque n'ont pas de date certaine et qu'il n'est produit qu'une seule facture n° 41165 du 22 septembre 2011, de telle sorte qu'il n'est pas démontré un usage sérieux de cette marque pendant la période de référence, pas plus qu'une reprise d'un tel usage avant le 14 mars 2013 ;

Qu'en ce qui concerne la marque 'FRENCH BREAKFAST TEA' n° 01 3 081 912, si la facture n° 53849 du 17 mai 2013 et le catalogue du mois de novembre 2013 ne peuvent être retenus pour justifier d'une reprise d'un usage sérieux de cette marque avant le 14 mars 2013 et si les impressions d'écran et la photographie d'un emballage, ne sont pas probants dans la mesure où ils n'ont pas date certaine, en revanche il est produit les catalogues de janvier 2008, octobre 2009, février 2010, février 2011 et février 2012 et une facture n° 41165 du 22 septembre 2011 où ce signe est utilisé à titre de marque, démontrant ainsi une reprise de l'usage sérieux de cette marque depuis 2008 pour désigner les thés et boissons à base de thé ;

Qu'en ce qui concerne la marque 'THAÏ ORCHID' n° 3 149 637, si les statistiques client et les statistiques de vente, de même que la facture n° 31975 ne peuvent être retenues dans la mesure où elles concernent une marque différente 'THAÏ ORCHIDÉE' et si les factures n° 217286 du 18 mars 2013, 223284 du 13 mai 2013 et 224468 du 22 mai 2013 ne peuvent justifier d'une reprise d'un usage sérieux de cette marque avant le 14 mars 2013, en revanche les factures n° 2926 du 29 novembre 2006, 51928 du 04 juillet 2008, 59709 du 29 octobre 2008, 70003 du 04 février 2009, 72455 du 06 mars 2009, 74902 du 08 avril 2009, 89256 du 28 octobre 2009, 95727 du 18 décembre 2009, 99560 du 28 janvier 2010, 101682 du 17 février 2010, 104965 du 24 mars 2010, 108247 du 04 mai 2010, 116091 du 20 août 2010, 118717 du 24 septembre 2010, 127276 du 09 décembre 2010, 137859 du 08 mars 2011, 142696 du 29 avril 2011, 152322 du 26 août 2011, 162213 du 01 décembre 2011, 172148 du 07 février 2012, 178705 du 05 avril 2012, 183 328 du 23 mai 2012 et 204204 du 11 décembre 2012 où ce signe est utilisé à titre de marque, démontrent une reprise de l'usage sérieux de cette marque depuis 2006 pour désigner les thés et boissons à base de thé ;

Considérant en conséquence que si le jugement entrepris sera confirmé en ce qu'il a prononcé la déchéance des droits de la SA Mariage Frères en ce qui concerne les '*thés et boissons à base de thé*' sur la marque 'FRENCH TEA' n° 3 063 213, il sera infirmé en ce qu'il a prononcé une telle déchéance pour les marques 'FRENCH BREAKFAST TEA' n° 01 3 081 912 et 'THAÏ ORCHID' n° 3 149 637 ; qu'en outre la déchéance des droits sur la marque 'FRENCH TEA' prendra effet à compter du 15 décembre 2005 (et non pas du 01 juillet 2008 comme mentionné par erreur dans le jugement) ;

Que statuant à nouveau, M. Robert MIZRAHI sera donc débouté de ses demandes en déchéance pour les marques 'FRENCH BREAKFAST TEA' n° 01 3 081 912 et 'THAÏ ORCHID' n° 3 149 637 ;

**La demande en nullité des enregistrements des marques semi-figuratives 'FRENCH BREAKFAST TEA' n° 4 051 130, 'FRENCH TEA' n° 4 051 150, 'THAÏ ORCHID' n° 4 051 119 et en retrait de la marque verbale 'FRENCH TEA CLUB' n° 4 050 445 :**

Considérant que M. Robert MIZRAHI demande également à la cour de prononcer la nullité des enregistrements des marques semi-figuratives françaises 'FRENCH BREAKFAST TEA' n° 4 051 130 déposée le 29 novembre 2013, 'FRENCH TEA' n° 4 051 150 déposée le 29 novembre 2013 et 'THAÏ ORCHID' n° 4 051 119 déposée le 29 novembre 2013 et le retrait de la marque verbale 'FRENCH TEA CLUB' n° 4 050 445 déposée le 27 novembre 2013 non encore enregistrée pour dépôt frauduleux ;

Qu'il fait valoir que ces dépôts, effectués quelques jours après la décision de déchéance prononcée par le tribunal, ont manifestement pour objet de faire échec à cette déchéance ;

Considérant que les sociétés Mariage Frères n'articulent pas des moyens ou des arguments en réponse à cette demande ;

Considérant que par application du droit commun et de l'adage *Fraus omnia corrumpit*, l'enregistrement d'une marque peut être annulé pour fraude comme le prévoit au demeurant l'article 3 §2 sous d) de la directive (CE) n° 2008/95 du Parlement européen et du Conseil du 22 octobre 2008 rapprochant les législations des États membres sur les marques ;

Que la Cour de justice de l'Union européenne a dit pour droit dans son arrêt *Chocoladefabriken Lindt* du 11 juin 2009 qu'*aux fins de l'appréciation de l'existence de la mauvaise foi du demandeur, au sens de l'article 51, paragraphe 1, sous b), du règlement (CE) n° 40/94 du Conseil, du 20 décembre 1993, sur la marque communautaire [similaire à l'article 3 §2 sous d) de la directive], la juridiction nationale est tenue de prendre en considération tous les facteurs pertinents propres au cas d'espèce et existant au moment du dépôt de la demande d'enregistrement d'un signe en tant que marque communautaire, et notamment:*

*' le fait que le demandeur sait ou doit savoir qu'un tiers utilise, dans au moins un État membre, un signe identique ou similaire pour un produit identique ou similaire prêtant à confusion avec le signe dont l'enregistrement est demandé;*

*' l'intention du demandeur d'empêcher ce tiers de continuer à utiliser un tel signe, ainsi que*

*' le degré de protection juridique dont jouissent le signe du tiers et le signe dont l'enregistrement est demandé' ;*

Que le caractère frauduleux du dépôt d'une marque - qui doit donc s'apprécier au jour du dépôt et ne se présume pas - ne vise pas uniquement la violation de droits spécifiques, comme ceux de propriété intellectuelle, mais également les cas dans lesquels, sous une apparence régulière, le dépôt a été effectué dans la seule intention de nuire et/ou de s'approprier indûment le bénéfice d'une opération légitimement entreprise ou d'y faire obstacle, en opposant à celle-ci la propriété de la marque frauduleusement enregistrée ;

Considérant en l'espèce que le jugement entrepris n'avait prononcé de déchéance que pour les *'thés et boissons à base de thé'*, de telle sorte que le dépôt de ces marques pour d'autres produits et services en classes 4, 30 et 41 (pour la marque 'FRENCH TEA' n° 4 051 150), 21, 29 et 30 (pour la marque 'FRENCH BREAKFAST TEA' n° 4 051 130), 4, 29 et 30 (pour la marque 'THAÏ ORCHID' n° 4 051 119) et 30 (pour la marque 'FRENCH TEA CLUB' n° 4 050 445) n'apparaît pas en soi frauduleux ;

Qu'en effet le seul fait de déposer à nouveau une marque dont son titulaire vient d'être partiellement déchu de ses droits pour défaut d'exploitation n'est pas en lui-même frauduleux faute de rapporter la preuve d'une volonté de nuire à un concurrent ; que cette preuve n'est pas rapportée en l'espèce ;

Considérant dès lors que M. Robert MIZRAHI sera débouté de sa demande en nullité des enregistrements des marques semi-figuratives françaises 'FRENCH BREAKFAST TEA' n° 4 051 130, 'FRENCH TEA' n° 4 051 150 et 'THAÏ ORCHID' n° 4 051 119 et en retrait de la marque verbale 'FRENCH TEA CLUB' n° 4 050 445 sur le fondement du dépôt frauduleux ;

***Les demandes en contrefaçon des marques 'FRENCH BREAKFAST TEA' n° 3 081 912, 'FRENCH TEA' n° 3 063 213 et 'THAÏ ORCHID' n° 3 149 637 :***

Considérant que les faits de contrefaçon de ces marques étant postérieurs au prononcé de la déchéance partielle des droits de la SA Mariage Frères sur sa marque 'FRENCH TEA' n° 3 063 213, le jugement entrepris sera confirmé par adoption de ses motifs en ce qu'il a déclaré la demande en contrefaçon de la SA Mariage Frères fondée sur cette marque pour les *'thés et boissons à base de thé'*



irrecevable ;

Qu'en l'absence de déchéance pour les marques 'FRENCH BREAKFAST TEA' n° 01 3 081 912 et 'THAÏ ORCHID' n° 3 149 637, le jugement entrepris sera en revanche infirmé en ce qu'il a déclaré la SA Mariage Frères irrecevable en ses demandes en contrefaçon fondées sur ces marques pour les 'thés et boissons à base de thé' ; qu'il sera donc statué sur le fond de ces demandes ;

Considérant que les sociétés Mariage Frères demandent de dire que M. Robert MIZRAHI s'est rendu coupable de contrefaçon de ces marques en les reproduisant sur les boîtes dénommées 'French Earl Grey', 'Royal Orchid Tea' et 'Royal Thai Oolong' réalisées par lui et dire également que les sociétés The Wellness Group et TWG Tea se sont rendues coupables de contrefaçon de marques ;

Considérant que M. Robert MIZRAHI réplique qu'aucune comparaison n'est faite par les sociétés Mariage Frères entre leurs marques et les signes litigieux alors qu'elles ont l'obligation de faire la démonstration de l'existence d'un risque de confusion ;

Considérant que la société TWG Tea et M. Taha BOUQDIB contestent toute contrefaçon de la marque 'FRENCH BREAKFAST TEA' n° 01 3 081 912 par le signe 'French Earl Grey' en raison de leurs différences visuelles, phonétiques et conceptuelles ;

Qu'ils ajoutent, d'une façon générale, qu'aucun acte de contrefaçon allégué n'a été commis sur le territoire français, le site internet <[www.twgtea.com](http://www.twgtea.com)> étant singapourien, rédigé en langue anglaise, aucun des produits offerts à la vente ne pouvant être livrés en France ;

Considérant ceci exposé, qu'il résulte du procès-verbal de constat d'huissier du 28 décembre 2010 sur le site <[www.twgtea.com](http://www.twgtea.com)> (pièce n°44 des sociétés Mariage Frères) que la société TWG Tea commercialise en ligne du thé sous les signes 'French Earl Grey' (annexe 10.3 du procès-verbal), 'Royal Orchid Tea' et 'Royal Thai Oolong' (annexe 10.11 du procès-verbal) et que si ce site est en anglais, il est destiné à un public mondial, l'achat étant possible depuis de nombreux pays et, pour la France, depuis le département de La Réunion et la Nouvelle Calédonie (annexe 19.5 du procès-verbal), territoires français, de telle sorte que les thés susvisés sont bien commercialisés sur le territoire français ;

Considérant que la seule pièce produite à l'appui de ces demandes en contrefaçon est le document intitulé 'TEA BOOK' imprimé par la société TWG Tea où est reproduite en page 22 la photographie d'une boîte à thé portant la mention 'Royal THAÏ Oolong' et en page 40 la photographie de sept boîtes à thé dont une portant la mention 'Royal Orchid' et une portant la mention 'FRENCH Earl Grey' ;

Considérant que contrairement à ce que soutiennent les sociétés Mariage Frères, les signes argués de contrefaçon ne sont pas la reproduction à l'identique des marques invoquées à l'appui des demandes en contrefaçon, de telle sorte que sont applicables à l'espèce les dispositions de l'article L 713-3 du code de la propriété intellectuelle, nécessitant de démontrer l'existence entre les signes en cause d'un risque de confusion (qui comprend le risque d'association), lequel doit être apprécié globalement en se fondant sur l'impression d'ensemble produite par les deux marques au regard de leurs éléments dominants et distinctifs et en tenant compte de tous les facteurs pertinents du cas d'espèce ;

Considérant qu'il est constant que les produits en cause sont identiques (thés et boissons à base de thé) ;

Considérant toutefois que force est de constater que les sociétés Mariage Frères n'apportent aucune démonstration de l'existence d'un risque de confusion, se contentant d'affirmer que '*la confusion se déduit de la comparaison des pièces*' (page 76 de leurs conclusions) ;

Qu'il apparaît que le signe semi-figuratif 'FRENCH Earl Grey', dans une police de caractères à l'ancienne, n'a en commun avec la marque verbale 'FRENCH BREAKFAST TEA' que le terme 'FRENCH', lequel n'apparaît pas plus dominant ou distinctif dans une et l'autre marques et qui, par son caractère descriptif, ne peut faire l'objet d'un monopole de la marque des sociétés Mariage Frères, qu'ainsi les deux marques présentent d'importantes différences visuelles et phonétiques ; que conceptuellement les deux signes ne renvoient pas aux mêmes mélanges de thé ;

Que de même les signes semi-figuratifs 'Royal THAÏ Oolong' et 'Royal Orchid', dans des polices de caractères à l'ancienne, n'ont en commun avec la marque verbale 'THAÏ ORCHID' que le terme 'Thaï' pour le premier signe et le terme 'Orchid' pour le deuxième signe, lesquels n'apparaissent pas plus dominants ou distinctifs dans les unes et les autres marques, qu'ainsi les signes contestés présentent d'importantes différences visuelles et phonétiques avec la marque revendiquée ; que conceptuellement les signes ne renvoient à aucun élément particulièrement évocateur des produits visés ;

Que dès lors en l'état des importantes différences visuelles, phonétiques et conceptuelles entre les signes en cause pris dans leur ensemble et en l'absence de toute démonstration contraire de la part des sociétés Mariage Frères, le consommateur moyennement attentif ne sera pas amené à croire que les signes contestés seraient la déclinaison ou l'adaptation des marques revendiquées par les sociétés Mariage Frères et qu'il n'existe donc pas de risque de confusion entre les signes en cause ;

Considérant en conséquence que les sociétés Mariage Frères seront déboutées de leurs demandes en contrefaçon des marques 'FRENCH BREAKFAST TEA' n° 01 3 081 912 et 'THAÏ ORCHID' n° 3 149 637 à l'encontre de M. Robert MIZRAHI et des sociétés The Wellness Group et TWG Tea ;

***Les demandes en nullité pour fraude des marques françaises 'PARIS-SINGAPOUR' n° 08 3 560 240 et 'POLO CLUB' n° 07 3 544 710 :***

Considérant que la société TWG Tea et M. Taha BOUQDIB reprennent devant la cour leur demande d'annulation des marques 'PARIS-SINGAPOUR' n° 08 3 560 240 et 'POLO CLUB' n° 07 3 544 710 pour dépôts frauduleux, dont ils ont été déboutés en première instance ;

Qu'en ce qui concerne la marque 'PARIS-SINGAPOUR' n° 08 3 560 240 ils soutiennent avoir utilisé ce terme avant les sociétés Mariage Frères en commercialisant dès juillet 2007 le thé 'Paris Singapore Tea' et qu'en ce qui concerne la marque 'POLO CLUB' n° 07 2 544 710, ils soutiennent également avoir débuté la commercialisation du thé 'Polo Club Tea' avant le dépôt de cette marque au BOPI, les appelants ayant dès septembre 2007 eu connaissance de l'usage des signes 'POLO CLUB' et 'PARIS SINGAPORE' par la société TWG Tea ;

Considérant que les sociétés Mariage Frères concluent à la confirmation du jugement entrepris en ce qu'il a débouté les sociétés The Wellness Group et TWG Tea de leur demande en nullité pour fraude des marques 'PARIS-SINGAPOUR' n° 08 3 560 240 et 'POLO CLUB' n° 07 3 544 710 pour dépôts frauduleux ; qu'en ce qui concerne plus particulièrement la marque 'POLO CLUB' n° 07 3 544 710, elles font valoir que la photographie d'un produit portant le signe 'POLO CLUB' n'était nullement celle d'un produit commercialisé par la société TWG Tea, qui n'existait alors pas encore, mais par une entreprise tierce, non partie à l'instance ;

Considérant qu'il sera rappelé, ainsi qu'il l'a été analysé précédemment, que le caractère frauduleux du dépôt d'une marque - qui doit s'apprécier au jour du dépôt et ne se présume pas - ne vise pas uniquement la violation de droits spécifiques, comme ceux de propriété intellectuelle, mais également les cas dans lesquels, sous une apparence régulière, le dépôt a été effectué dans la seule intention de nuire et/ou de s'approprier indûment le bénéfice d'une opération légitimement entreprise ou d'y faire obstacle, en opposant à celle-ci la propriété de la marque frauduleusement enregistrée ;

Considérant que la marque verbale 'POLO CLUB' n° 07 3 544 710 a été déposée le 18 décembre 2007 pour désigner les '*thés et boissons à base de thé*', que pour justifier de la commercialisation antérieure d'un thé sous le signe 'Polo Club Tea', la société TWG Tea ne produit en pièces I.9.1 et I.9.2 que les impressions d'écran d'une page du site Internet <chubbyhubby.net> retranscrivant un article en langue anglaise, non traduit en français, qui aurait été mis en ligne le 5 novembre 2007 sans qu'il soit possible de confirmer l'authenticité de cette date dans la mesure où la capture d'écran porte la date du 25 avril 2013, et d'un courriel en langue anglaise, également non traduit en français, portant la date du 12 octobre 2007, sans qu'il soit démontré que la photographie d'une boîte de thé portant le signe 'Polo Club Tea' faisant suite à cette impression d'écran est bien celle qui était jointe à ce courriel ;

Considérant que ces seuls éléments sont insuffisants à démontrer l'exploitation effective par la société TWG Tea d'un thé dénommé 'Polo Club Tea' dès octobre ou novembre 2007 alors surtout que cette société n'a commencé son activité qu'à partir du mois d'avril 2008 ;

Qu'ils ne démontrent pas davantage la connaissance par les sociétés Mariage Frères, à la date du 18 décembre 2007, de la commercialisation d'un thé dénommé 'Polo Club Tea', ni que la SA Mariage Frères, en déposant à cette date la marque 'POLO CLUB' n° 07 3 544 710, ait voulu empêcher la société TWG Tea, qui n'avait alors encore aucune existence juridique, de poursuivre l'utilisation d'un signe identique ou similaire pour des produits identiques ou similaires ;

Qu'en effet la lettre de mise en demeure adressée le 29 septembre 2007 par la SA Maisons de Thé Mariage Frères à M. Taha BOUQDIB et à la société The Wellness Group (dont il convient de rappeler qu'elle ne s'est pas constituée devant la cour) ne démontre nullement que les sociétés Mariage Frères avaient à cette date connaissance de l'usage du signe 'Polo Club' par la société TWG Tea (non encore créée à cette date), comme l'affirme celle-ci en page 161 de ses conclusions ;

Considérant que c'est donc à juste titre que les premiers juges ont dit que la demande en nullité de la marque 'POLO CLUB' n° 07 3 544 710 était mal fondée ;

Considérant que la marque verbale 'PARIS-SINGAPOUR' n° 09 3 560 240 a été déposée le 04 mars 2008 pour désigner les '*Thés et boissons à base de thé ; cacao ; chocolat ; pâtisserie, biscuits et confiseries ; glaces comestibles ; sel, moutarde ; épices ; assaisonnements, condiments*', que pour justifier de la commercialisation antérieure d'un thé sous le signe 'Paris Singapore Tea', la société TWG Tea et M. Taha BOUQDIB produisent en premier lieu en pièce II.10 une facture émise le 17 juillet 2007 par le grossiste allemand de la société TWG Tea, la société Hälssen & Lyon GmbH, faisant état notamment de la fourniture de 25 kg de thé 'Paris Singapore' sans que les conditions de commercialisation de ce thé au public ne soient précisées ;

Qu'il est également produit en pièce II.11 une photocopie de l'édition datée du mois de mars 2008 du magazine singapourien 'Terminal 3' comportant des photographies de la boutique de la société The Wellness Store (et non pas au domicile de la société TWG Tea qui n'existait pas encore à cette date) à l'aéroport de Singapour où l'on distingue une boîte de thé portant l'inscription 'Paris Singapore', et en pièce II.12 une photocopie d'un magazine singapourien 'Tropara' daté de 2008, sans autre précision, où l'on distingue également une boîte de thé identique ;

Mais considérant que comme l'ont relevé à juste titre les premiers juges, il n'est pas établi que le magazine produit en pièce II.12 aurait été publié avant le dépôt de la marque 'PARIS-SINGAPOUR', qu'il en est de même du magazine produit en pièce II.11 simplement daté du mois de mars 2008 et dont il n'est pas établi qu'il aurait été publié et diffusé avant le 04 mars 2008 ;

Considérant en outre qu'il n'est pas démontré que les sociétés Mariage Frères auraient eu connaissance de ces magazines uniquement destinés au public singapourien, faute d'être implantées dans ce pays ;

Considérant en conséquence qu'il n'est pas démontré que les sociétés Mariage Frères, à la date du 04 mars 2008, auraient eu connaissance de la commercialisation d'un thé dénommé 'Paris Singapore Tea', ni que la SA Mariage Frères, en déposant à cette date la marque 'PARIS-SINGAPOUR' n° 08 3 560 240, ait voulu empêcher la société TWG Tea, qui n'avait alors encore aucune existence juridique, de poursuivre l'utilisation d'un signe identique ou similaire pour des produits identiques ou similaires ;

Qu'en effet, pour les mêmes motifs que pour la marque 'POLO CLUB' n° 07 3 544 710, la lettre précitée du 29 septembre 2007 ne démontre nullement que les sociétés Mariage Frères avaient à cette date connaissance de l'usage du signe 'Paris Singapore Tea' par la société TWG Tea (non encore créée à cette date) ;

Considérant que c'est donc également à juste titre que les premiers juges ont dit que la demande en nullité de la marque 'PARIS-SINGAPOUR' n° 08 3 560 240 était mal fondée ;

Qu'en conséquence le jugement entrepris sera confirmé en ce qu'il a débouté les sociétés The Wellness Group et TWG Tea de leur demande en nullité pour fraude des marques françaises 'PARIS-SINGAPOUR' n° 08 3 560 240 et 'POLO CLUB' n° 07 3 544 710 ;

***Les demandes en contrefaçon des marques 'PARIS-SINGAPOUR' n° 08 3 560 240 et 'POLO CLUB' n° 07 3 544 710 :***

Considérant que les sociétés Mariage Frères concluent à la confirmation du jugement entrepris qui a retenu le caractère contrefaisant du signe 'Paris Singapore Tea' utilisé par la société TWG Tea par rapport à sa marque 'PARIS-SINGAPOUR' n° 08 3 560 240 ; qu'elles invoquent aussi une contrefaçon de cette marque par le signe 'Singapore Breakfast Tea' reproduit sur les boîtes de thé réalisées par M. Robert MIZRAHI, reprenant à l'identique l'un des deux éléments verbaux de sa marque, le public pouvant aisément confondre ces deux signes, d'autant qu'ils s'appliquent à des produits identiques ;

Qu'elles invoquent également la contrefaçon de sa marque 'POLO CLUB' n° 07 3 544 710 par le signe 'Polo Club Tea' présenté au surplus dans un flacon de thé inspiré des tubes de thé créés et déposés comme marques par les sociétés Mariage Frères et comportant exactement la même composition (mélange de fleurs, fruits et vanille) que le thé 'Marco Polo' des sociétés Mariage Frères, ce thé n'étant donc que la copie servile de ce thé, considéré comme le '*best seller*' (sic) des sociétés Mariage Frères ;

Considérant que la société TWG Tea et M. Taha BOUQDIB répliquent que la marque 'PARIS-SINGAPOUR' n° 08 3 549 101 désigne des produits différents des produits de thé commercialisés par la société TWG Tea sous le signe 'Paris Singapore Tea' de sorte qu'aucun risque de confusion ne peut exister ;

Qu'ils concluent à l'infirmité du jugement entrepris en ce qui concerne la contrefaçon de la marque 'PARIS-SINGAPOUR' n° 08 3 560 240 en invoquant l'usage antérieur du signe 'Paris Singapore Tea' par la production des mêmes documents que dans le cadre de sa demande reconventionnelle en nullité de cette marque ;

Qu'en ce qui concerne la contrefaçon alléguée par le signe 'Singapore Breakfast Tea', ils font valoir que la marque 'PARIS-SINGAPOUR' n° 08 3 560 240 forme un tout indivisible et que de ce fait les deux signes ont une structure et des longueurs différentes ainsi que des sonorités et un rythme différents et que conceptuellement le signe de la société TWG Tea évoque un petit déjeuner tandis que la marque se réfère à un voyage entre deux villes ;

Qu'en ce qui concerne la contrefaçon alléguée de la marque 'POLO CLUB' n° 07 3 544 710, la

société TWG Tea soutient avoir commercialisé son thé 'Polo Club Tea' avant le dépôt et la publication de cette marque au BOPI en produisant les mêmes documents que dans le cadre de sa demande reconventionnelle en nullité de cette marque ;

Qu'ils ajoutent que la référence au thé 'Marco Polo' est incompréhensible ;

Considérant que M. Robert MIZRAHI réplique que les sociétés Mariage Frères n'opèrent aucune comparaison entre la marque 'PARIS-SINGAPOUR' et le signe 'Singapore Breakfast' et ne démontrent donc pas l'existence d'un risque de confusion ;

Considérant ceci exposé, que les sociétés Mariage Frères n'invoquent pas la marque 'PARIS-SINGAPOUR' n° 08 3 549 101 au soutien de leurs demandes en contrefaçon de marques, de telle sorte qu'il n'y a pas lieu de statuer sur cette marque ;

Qu'il résulte du procès-verbal de constat d'huissier du 28 décembre 2010 susvisé que la société TWG Tea commercialise en ligne du thé sous les signes 'Singapore Breakfast Tea' (annexe 10.12 du procès-verbal), 'Paris Singapore Tea' et 'Polo Club Tea' (annexe 10.9 du procès-verbal) et que si ce site est en anglais, il est destiné à un public mondial, l'achat étant possible depuis de nombreux pays et, pour la France, depuis le département de La Réunion et la Nouvelle Calédonie (annexe 19.5 du procès-verbal), territoires français, de telle sorte que les thés susvisés sont bien commercialisés sur le territoire français ;

Qu'en ce qui concerne la contrefaçon de la marque 'PARIS-SINGAPOUR' n° 08 3 560 240 dont les produits de *'thé et boissons à base de thé'* sont identiques à ceux commercialisés par la société TWG Tea sous les signes 'Paris Singapore Tea' et 'Singapore Breakfast Tea', il sera renvoyé, pour l'allégation d'un usage antérieur du signe 'Paris Singapore Tea' à l'analyse déjà effectuée dans le cadre de la demande en annulation de cette marque dont il ressort que les éléments produits ne sont pas probants ;

Que les signes contestés n'étant pas la reprise à l'identique de la marque invoquée, il convient conformément aux dispositions de l'article L 713-3 du code de la propriété intellectuelle, de démontrer l'existence entre les signes en cause d'un risque de confusion (qui comprend le risque d'association), lequel doit être apprécié globalement en se fondant sur l'impression d'ensemble produite par les signes en cause au regard de leurs éléments dominants et distinctifs et en tenant compte de tous les facteurs pertinents du cas d'espèce ;

Que le jugement entrepris sera confirmé par adoption de ses motifs, pertinents et exacts, en ce qu'il a retenu la contrefaçon de la marque 'PARIS-SINGAPOUR' n° 08 3 560 240 par la reprise, dans le signe 'Paris Singapore Tea', des mêmes mots pour désigner les villes de Paris et de Singapour, le fait que cette dernière soit orthographiée en anglais étant insignifiant pour le consommateur français qui le comprend néanmoins, le risque de confusion étant avéré par les identités visuelle, phonétique et intellectuelle entre les signes en cause ;

Qu'en revanche le signe 'Singapore Breakfast Tea' n'apparaît pas contrefaisant de la marque 'PARIS-SINGAPOUR' qui, par l'usage d'un trait d'union entre les deux mots, constitue un tout inséparable, distinct visuellement et phonétiquement du signe 'Singapore Breakfast Tea', lequel sur le plan conceptuel, renvoie à l'image du petit-déjeuner, le risque de confusion n'étant dès lors pas démontré en l'état des importantes différences visuelles, phonétiques et intellectuelles entre les signes en cause ;

Considérant qu'en ce qui concerne la contrefaçon de la marque 'POLO CLUB' n° 07 3 544 710 dont les produits de *'thé et boissons à base de thé'* sont identiques à ceux commercialisés par la société TWG Tea sous le signe 'Polo Club Tea', il sera également renvoyé, pour l'allégation d'un usage antérieur de ce signe, à l'analyse déjà effectuée dans le cadre de la demande en annulation de cette

marque dont il ressort que les éléments produits ne sont pas probants ;

Qu'en outre le signe contesté n'étant pas la reprise à l'identique de la marque 'POLO CLUB', il appartient aux sociétés Mariage Frères de rapporter la preuve d'un risque de confusion et que c'est à juste titre que les premiers juges, par des motifs pertinents et exacts que la cour adopte, les ont déboutées de leurs demandes en contrefaçon à ce titre en relevant que ces sociétés ne se livraient à aucune comparaison entre les signes et ne caractérisaient pas un risque de confusion ;

Qu'il sera simplement ajouté qu'il ne peut sérieusement être allégué aucun risque de confusion du seul fait de l'existence d'un mélange de thés dénommé 'Marco Polo' commercialisé par les sociétés Mariage Frères, dans la mesure où pour le consommateur, le terme 'Polo' renvoie ici sans la moindre équivoque à l'explorateur vénitien des XIIIème-XIVème siècles alors que la marque 'POLO CLUB' renvoie, également sans la moindre équivoque, au sport équestre éponyme ;

Considérant en conséquence que le jugement entrepris sera confirmé en ce qu'il a dit que la société TWG Tea a, par l'usage du signe 'Paris Singapore Tea' commis des actes de contrefaçon de la marque 'PARIS-SINGAPOUR' n° 08 3 560 240 dont la SA Mariage Frères est titulaire, en ce qu'il a débouté cette dernière de sa demande en contrefaçon de cette marque à l'encontre de M. Robert MIZRAHI (pour le signe 'Singapore Breakfast') et en ce qu'il a débouté cette dernière de sa demande en contrefaçon de sa marque 'POLO CLUB' n° 07 3 544 710 ;

***La demande en nullité de la marque verbale 'SAKURA' n° 02 3 175 888 :***

Considérant que la société TWG Tea et M. Taha BOUQDIB reprennent devant la cour leur demande en annulation de la marque verbale 'SAKURA' n° 02 3 175 888 déposée le 23 juillet 2002 pour défaut de distinctivité, ce terme constituant la désignation nécessaire d'une préparation culinaire incorporant des fleurs de cerisier japonais, plusieurs sites Internet et blogs se référant au thé au sakura ;

Considérant que les sociétés Mariage Frères répliquent qu'il n'est pas apporté la démonstration selon laquelle le terme 'Sakura' serait la désignation nécessaire d'une spécialité culinaire japonaise ;

Considérant que c'est à juste titre que les premiers juges ont rappelé que le caractère distinctif d'une marque s'apprécie au jour de son dépôt et au regard du public visé, en l'espèce le public français, et qu'aucune pièce n'établit qu'en 2002, le terme japonais 'Sakura' était, au sens de l'article L 711-2 du code de la propriété intellectuelle, exclusivement la désignation nécessaire, générique ou usuelle des produits visés par la marque 'SAKURA' n° 02 3 175 888, à savoir les '*Bougies parfumées, bougies d'éclairage et bougies décoratives. Gelées, confitures, compotes ; fruits conservés, séchés et cuits. Thés et boissons à base de thé ; cacao ; chocolat ; pâtisserie, biscuits et confiseries ; glaces comestibles ; sel, moutarde ; épices ; assaisonnements, condiments*' ;

Que le jugement entrepris sera donc confirmé en ce qu'il a rejeté la demande en nullité de la marque 'SAKURA' n° 02 3 175 888 ;

***La demande en contrefaçon de la marque verbale 'SAKURA' n° 02 3 175 888 :***

Considérant que les sociétés Mariage Frères concluent à la confirmation du jugement entrepris qui a reconnu le caractère contrefaisant du signe 'Sakura, Sakura Tea !' utilisé pour désigner du thé par rapport à sa marque verbale 'SAKURA' n° 02 3 175 888 visant notamment les '*thés et boissons à base de thé*' ;

Considérant que la société TWG Tea et M. Taha BOUQDIB répliquent que même valable, la marque 'SAKURA' est faiblement distinctive compte tenu de son fort pouvoir évocateur de la composition du thé qu'elle désigne ;

Qu'ils ajoutent que les signes en cause ont une longueur et une structure différentes, ainsi que des sonorités et un rythme différents compte tenu de la répétition du terme 'Sakura' et que les deux signes sont commercialisés sous leurs marques ombrelles respectives 'MARIAGE FRÈRES' et 'TWG TEA' qui identifient l'origine commerciale du produit aux yeux du consommateur ;

Considérant ceci exposé, que le signe contesté n'étant pas la reprise à l'identique de la marque invoquée, il convient conformément aux dispositions de l'article L 713-3 du code de la propriété intellectuelle, de démontrer l'existence entre les signes en cause d'un risque de confusion (qui comprend le risque d'association), lequel doit être apprécié globalement en se fondant sur l'impression d'ensemble produite par les signes en cause au regard de leurs éléments dominants et distinctifs et en tenant compte de tous les facteurs pertinents du cas d'espèce ;

Que c'est par des motifs pertinents et exacts que la cour adopte, que les premiers juges ont retenu la distinctivité du signe 'Sakura' pour le consommateur français, le terme 'Tea' du signe contesté étant purement descriptif des produits commercialisés, et que le fait que le signe litigieux soit utilisé sous une marque ombrelle n'est pas de nature à écarter un risque de confusion dès lors qu'il est utilisé à titre de marque pour désigner un thé particulier ;

Que les signes en cause ont le terme 'Sakura' en commun, celui-ci étant simplement répété dans le signe en cause et suivi d'un point d'exclamation, que conceptuellement ce terme n'a pas de signification particulière pour le consommateur français ;

Qu'ainsi en raison des importantes similitudes visuelles, phonétiques et conceptuelles entre les signes en cause, le consommateur moyennement attentif sera amené à croire que le signe 'Sakura, Sakura Tea !' serait la déclinaison ou l'adaptation de la marque 'SAKURA' dont la SA Mariage Frères est titulaire et qu'il existe bien un risque de confusion entre les signes en cause ;

Considérant par ailleurs qu'il résulte du procès-verbal de constat d'huissier du 28 décembre 2010 susvisé que la société TWG Tea commercialise en ligne du thé sous le signe 'Sakura, Sakura Tea !' (annexe 10.11 du procès-verbal) et que si ce site est en anglais, il est destiné à un public mondial, l'achat étant possible depuis de nombreux pays et, pour la France, depuis le département de La Réunion et la Nouvelle Calédonie (annexe 19.5 du procès-verbal), territoires français, de telle sorte que le thé 'Sakura, Sakura Tea !' est bien commercialisé sur le territoire français et que la contrefaçon est donc établie ;

Que le jugement entrepris sera donc confirmé en ce qu'il a dit que la société TWG TEA a commis des actes de contrefaçon de la marque 'SAKURA' n° 02 3 175 888 au préjudice de la SA Mariage Frères ;

***Les demandes en contrefaçon des autres marques dont la SA Mariage Frères est titulaire :***

Considérant que les sociétés Mariage Frères demandent encore de dire que la société TWG Tea s'est rendue coupable de contrefaçon des marques suivantes dont la SA Mariage Frères est titulaire pour désigner des noms de thés : 'THÉ ST VALENTIN' n° 95 582 174, 'MARIAGE FRÈRES TZAR ALEXANDRE' n° 95 594 746, 'RUSSIE Thé des Tzars' n° 02 3 181 439, 'WEDDING' n° 96 643 690, 'BIRTHDAY TEA' n° 95 570 911, 'BIRTHDAY TEA' n° 95 582 177, 'MARIAGE FRÈRES MARCO POLO' n° 95 582 173, 'EARL GREY FRENCH BLUE' n° 00 3 055 014, 'THÉ DES MANDARINS' n° 03 3 204 419, 'THÉ DES MANDARINS' n° 00 3 005 075, 'TIBET Thé des Prières' n° 02 3 181 437, 'LUCKY NUMBER TEA' n° 3 227 600, 'THÉ PORTE-BONHEUR' n° 3 227 602, 'AMERICAN BREAKFAST TEA' n° 3 516 298, 'RUSSIAN BREAKFAST TEA' n° 3 305 469, 'SHANGAÏ BREAKFAST TEA' n° 3 448 151, 'PARIS BREAKFAST' n° 3 642 495, 'PLEINE LUNE' n° 96 627 403, 'MAORI BLUE' n° 3 934 122 ;

Qu'elles font valoir que la société TWG Tea a copié servilement 'bon nombre' de ces marques et les a

offerts à la vente sur son site Internet marchand notamment en France d'Outre-mer et procède à la comparaison de ces marques avec les signes qu'elle considère comme contrefaisant de la page 63 à la page 74 de ses conclusions auxquelles la cour renvoie expressément pour l'analyse par elle de chacune de ces marques ;

Qu'elles soutiennent en outre que M. Robert MIZRAHI et la société TWG Tea ont contrefait la marque semi-figurative 'MARIAGE FRÈRES' n° 1 344 152 par imitation du premier logotype de la société TWG Tea observé lors du constat d'huissier du 17 avril 2008 dans les locaux de la société Paul Lagache à Lille (Nord) ;

Que la société TWG Tea et M. Taha BOUQDIB contestent l'existence d'actes de contrefaçon de marques par ses signes et procèdent également à la comparaison de chacune de ces marques avec les propres signes de la société TWG Tea, de la page 140 à la page 160 de leurs conclusions auxquelles la cour renvoie expressément pour l'analyse par eux de chacune de ces marques ;

Considérant ceci exposé, qu'il sera rappelé que la contrefaçon porte sur les produits de thés et de boissons à base de thé et que les signes contestés n'étant pas la reprise à l'identique des marques invoquées, il convient conformément aux dispositions de l'article L 713-3 du code de la propriété intellectuelle, de démontrer l'existence entre les signes en cause d'un risque de confusion (qui comprend le risque d'association), lequel doit être apprécié globalement en se fondant sur l'impression d'ensemble produite par les signes en cause au regard de leurs éléments dominants et distinctifs et en tenant compte de tous les facteurs pertinents du cas d'espèce ;

La contrefaçon de la marque 'MAORI BLUE' n° 3 934 122 par le signe 'Maori Spring' :

Considérant que la société TWG Tea et M. Taha BOUQDIB concluent à l'irrecevabilité des demandes en contrefaçon de la marque 'MAORI BLUE' n° 3 934 122 par le signe 'Maori Spring' de la société TWG Tea comme étant nouvelle en cause d'appel et subsidiairement au débouté des sociétés Mariage Frères, le terme 'Maori' n'étant pas l'élément dominant et les signes en cause présentant des différences visuelles, phonétiques et intellectuelles excluant tout risque de confusion ;

Considérant que les sociétés Mariage Frères soutiennent que la révélation de cette exploitation n'est intervenue 'qu'au cours des débats devant la Cour' (sic) au motif que 'vraisemblablement' cette exploitation n'a été entreprise que postérieurement au jugement entrepris ;

Mais considérant que la marque 'MAORI BLUE' n° 3 934 122 a été déposée le 13 juillet 2012, soit près de dix-huit mois avant le jugement entrepris ; de telle sorte que les sociétés Mariage Frères avaient la possibilité de présenter devant les premiers juges une demande en contrefaçon de cette marque dans la mesure où il n'est pas démontré que l'exploitation par la société TWG Tea du signe 'Maori Spring' serait intervenue postérieurement au jugement entrepris, la seule pièce versée aux débats par les sociétés Mariage Frères (n° 84) étant une impression d'écran non datée du site <[www.twgtea.com](http://www.twgtea.com)> ;

Considérant qu'il apparaît donc que la demande en contrefaçon de la marque 'MAORI BLUE' n° 3 934 122 est présentée pour la première fois en cause d'appel et qu'il s'agit d'une prétention nouvelle que la cour déclarera irrecevable en application des dispositions de l'article 564 du code de procédure civile ;

La contrefaçon des marques 'THÉ ST VALENTIN' n° 95 582 174, 'WEDDING' n° 94 643 690, 'BIRTHDAY TEA' n° 95 570 911 et 'BIRTHDAY TEA' n° 95 582 177 par les signes 'Valentine Breakfast Tea', 'Grand Wedding Tea' et 'Happy Birthday Tea' :

Considérant que la cour relève que les sociétés Mariage Frères n'effectuent de comparaison que par rapport aux marques 'THÉ ST VALENTIN' n° 95 582 174 (pages 63 et 64 de leurs conclusions),



'WEDDING' n° 94 643 690 (page 66 de leurs conclusions) et 'BIRTHDAY TEA' n° 95 570 911 (page 67 de leurs conclusions) mais en revanche n'effectuent aucune comparaison par rapport à la marque 'BIRTHDAY TEA' n° 95 582 177 ;

Considérant qu'en ce qui concerne la marque semi-figurative 'THÉ ST VALENTIN' n° 95 582 174 et le signe 'Valentine Breakfast Tea', c'est à juste titre que les premiers juges, par des motifs pertinents et exacts que la cour adopte, ont relevé que la seule similitude relevée tenant au terme 'Valentin' ne suffit pas à établir un risque de confusion, s'agissant d'un élément non distinctif de la marque, compte tenu au surplus des importantes différences visuelles et phonétiques entre les signes en cause ;

Considérant qu'en ce qui concerne la marque 'WEDDING' n° 94 643 690 et le signe 'Grand Wedding Tea', c'est également à juste titre que les premiers juges, par des motifs pertinents et exacts que la cour adopte, ont relevé que l'utilisation du terme anglais 'Wedding' pour un thé associé à une cérémonie de mariage ne constitue pas un concept susceptible d'appropriation et que le risque de confusion est exclu, le signe litigieux étant apposé sous sa marque ombrelle ;

Considérant qu'en ce qui concerne la marque semi-figurative 'BIRTHDAY TEA' n° 95 570 911 et le signe 'Happy Birthday Tea', c'est encore à juste titre que les premiers juges, par des motifs pertinents et exacts que la cour adopte, ont relevé que les sociétés Mariage Frères ne peuvent revendiquer un monopole sur l'utilisation de l'expression anglaise 'Birthday' à un thé pour célébrer un anniversaire, le caractère distinctif de la marque figurant dans le dessin d'une montgolfière qui n'est pas repris dans le signe litigieux, de telle sorte que le risque de confusion est exclu ;

La contrefaçon de la marque 'EARL GREY FRENCH BLUE' n° 00 3 055 014 par le signe 'French Earl Grey' :

Considérant que c'est par des motifs pertinents et exacts que la cour adopte, que les premiers juges ont relevé que le terme 'Earl Grey' renvoie à une variété très connue de thé et que la seule reprise de ce terme, ainsi que du terme 'French' qui renvoie à une origine géographique du produit, sans ajout du terme distinctif 'Blue', n'est pas susceptible de créer chez le consommateur un risque de confusion ;

La contrefaçon des marques 'MARIAGE FRÈRES TZAR ALEXANDRE' n° 95 594 746 et 'RUSSIE Thé des Tzars' n° 02 3 181 439 par le signe 'Tsar Breakfast Tea' :

Considérant qu'en ce qui concerne la marque semi-figurative 'MARIAGE FRÈRES TZAR ALEXANDRE' n° 95 594 746 et le signe 'Tsar Breakfast Tea', c'est à juste titre que les premiers juges, par des motifs pertinents et exacts que la cour adopte, ont relevé que le seul point commun entre les signes était le mot 'tzar' alors que la marque se caractérise par un élément figuratif et la présence de mots en cyrillique, la seule similitude intellectuelle ne suffisant pas à établir un risque de confusion compte tenu des importantes différences visuelles et phonétiques entre les signes en cause ;

Considérant qu'il en est de même pour la marque semi-figurative 'RUSSIE Thé des Tzars' dont le seul point commun avec le signe contesté est le mot 'tzar' alors que cette marque se caractérise également par un élément figuratif central, particulièrement distinctif et dominant, la seule similitude intellectuelle ne suffisant pas à établir un risque de confusion compte tenu des importantes différences visuelles et phonétiques entre les signes en cause ;

La contrefaçon des marques 'THÉ DES MANDARINS' n° 03 3 204 419 et 'THÉ DES MANDARINS' n° 00 3 005 075 par le signe 'Miraculous Mandarin Tea' :

Considérant que c'est par des motifs pertinents et exacts que la cour adopte, que les premiers juges ont relevé que dans le signe contesté, le mot d'attaque 'Miraculous' constitue l'élément dominant en

raison de sa position et de sa signification tandis que la marque verbale 'THÉ DES MANDARINS' n° 03 3 204 419 ne présente qu'un caractère faiblement distinctif, évoquant simplement la région d'origine de la boisson (l'Asie), de telle sorte que le risque de confusion n'est pas établi ;

Qu'en ce qui concerne la marque verbale 'THÉ DES MANDARINS' n° 00 3 005 075, celle-ci désigne des produits différents (*'parfumerie, en particulier parfums d'ambiance, huiles essentielles, bougies et mèches parfumées'*) de telle sorte qu'en l'absence de toute identité ou similarité des produits en cause, le risque de confusion est inexistant ;

La contrefaçon des marques 'LUCKY NUMBER TEA' n° 3 227 600 et 'THÉ PORTE-BONHEUR' n° 3 227 602 par le signe 'Lucky Tea' :

Considérant que c'est par des motifs pertinents et exacts que la cour adopte, que les premiers juges ont relevé qu'il n'existe aucune ressemblance visuelle, phonétique et intellectuelle entre le signe 'Lucky Tea' et la marque 'THÉ PORTE-BONHEUR' n° 3 227 602, de telle sorte qu'il n'existe aucun risque de confusion et qu'en ce qui concerne la marque 'LUCKY NUMBER TEA' n° 3 227 600, la présence du terme 'NUMBER' donne un sens conceptuel différent (évoquant le jeu) excluant le risque de confusion ;

La contrefaçon de la marque 'PLEINE LUNE' n° 96 627 403 par le signe 'Silver Moon' :

Considérant que les sociétés Mariage Frères affirment que la marque verbale 'PLEINE LUNE' n° 96 627 403 serait contrefaite par le signe 'Silver Moon' au motif que visuellement les signes ont une architecture commune, que phonétiquement ils ont le même rythme et que conceptuellement ils sont très proches puisque 'Moon' est compris du grand public français pour signifier 'Lune' ;

Mais considérant que les signes en cause n'ont aucun élément visuel ou phonétique en commun, le terme 'Silver Moon' n'étant même pas la traduction anglaise du terme 'pleine lune' et qu'en l'état de ces importantes différences visuelles, phonétiques et conceptuelles, il n'existe aucun risque de confusion entre les signes en cause ;

La contrefaçon de la marque 'MARIAGE FRÈRES MARCO POLO' n° 95 582 173 par le signe 'Polo Club Tea' :

Considérant que les sociétés Mariage Frères affirment en page 62 de leurs conclusions que la marque 'MARIAGE FRÈRES MARCO POLO' n° 95 582 173 serait contrefaite par le signe 'Polo Club Tea' sans toutefois se livrer à une comparaison des signes en cause et démontrer ainsi l'existence d'un risque de confusion comme l'ont relevé à juste titre les premiers juges, se contentant d'indiquer que le thé 'Polo Club Tea' est présenté dans un flacon '*exactement inspiré*' de ses tubes de thé créés et déposés comme marques et comporte exactement la même composition que son thé 'Marco Polo' ;

Considérant que les signes en cause n'ont en commun que le terme 'Polo' et présentent donc d'importantes différences visuelles et phonétiques ;

Que sur le plan conceptuel, il ne peut être sérieusement allégué un risque de confusion du seul fait de l'existence d'un mélange de thés dénommé 'Marco Polo' commercialisé par les sociétés Mariage Frères, dans la mesure où pour le consommateur, le terme 'Marco Polo' renvoie sans la moindre équivoque à l'explorateur vénitien alors que le signe 'Polo Club' renvoie également sans la moindre équivoque au sport équestre du polo ;

Qu'ainsi en l'état des différences visuelles, phonétiques et conceptuelles entre les signes en cause, il n'existe aucun risque de confusion entre elles ;

La contrefaçon des marques figuratives en couleurs n° 3 348 271, 3 311 674 et 3 312 635 :

Considérant que les sociétés Mariage Frères soutiennent que ces marques figuratives reproduisant, pour les deux dernières, le flacon conçu comme un flacon de parfum, sont contrefaites par la boîte de thé commercialisée par la société TWG Tea 'Singapore Breakfast Tea' ;

Mais que c'est à juste titre que les premiers juges, par des motifs pertinents et exacts que la cour adopte, ont relevé qu'il n'existait aucun risque de confusion avec ces marques figuratives dans la mesure où la boîte incriminée porte l'inscription 'Singapore Breakfast' avec la marque ombrelle 'TWG Tea' et ne reproduit aucun des éléments distinctifs de ces trois marques à savoir l'association des couleurs, la présentation générale des éléments graphiques et, pour les deux dernières, la reprise de leurs éléments verbaux ;

*La contrefaçon de la marque semi-figurative 'MF MARIAGE FRÈRES' N° 1 344 152 :*

Considérant que c'est par des motifs pertinents et exacts que la cour adopte, que les premiers juges ont relevé que l'ancien logo de la société TWG Tea, réalisé par M. Robert MIZRAHI, ne reprenait ni les éléments verbaux, ni les éléments figuratifs de la marque 'MF MARIAGE FRÈRES' n° 1 344 152, la seule existence d'un style de dessins commun évoquant le monde ancien du thé étant insusceptible de générer un risque de confusion ;

*La contrefaçon des autres marques invoquées par la SA Mariage Frères :*

Considérant que si les sociétés Mariage Frères écrivent en page 61 de leurs conclusions que les autres marques 'TIBET Thé des Prières' n° 02 3 181 437, 'AMERICAN BREAKFAST TEA' n° 3 516 298, 'RUSSIAN BREAKFAST TEA' n° 3 305 469, 'SHANGAÏ BREAKFAST TEA' n° 3 448 151, 'PARIS BREAKFAST' n° 3 642 495 auraient été '*soit imitées soit reproduites*' par la société TWG Tea, force est de constater qu'elles ne procèdent dans leurs conclusions à aucune comparaison de ces marques avec quelque signe que ce soit utilisé par la société TWG Tea ;

Considérant en conséquence que le jugement entrepris sera confirmé en ce qu'il a débouté les sociétés Mariage Frères du surplus de leurs demandes en contrefaçon des marques ci-dessus analysées ;

***Les demandes en nullité des marques françaises semi-figuratives 'TWG' n° 09 3 639 325 et 'NEW-YORK BREAKFAST' n° 09 3 644 353 :***

Considérant que les sociétés Mariage Frères concluent à la confirmation du jugement entrepris en ce qu'il a prononcé la nullité de la marque 'TWG' n° 09 3 639 325 dont la société TWG Tea est titulaire, au motif que par l'apposition de l'année '1837', cette marque a un caractère déceptif ;

Qu'elles font valoir que la mention de cette date est fondamentale pour la société TWG Tea car elle est plus ancienne que celle des sociétés Mariage Frères et se présente comme un gage d'ancienneté, qu'elles ajoutent que cette marque est également déceptive par l'usage trompeur du français pour s'inscrire dans la mouvance du concept de 'thé français' qu'elles ont initié et porté ;

Qu'elles reprennent par ailleurs devant la cour leur demande d'annulation de la marque 'NEW-YORK BREAKFAST' n° 09 3 644 353 déposée le 16 avril 2009 en faisant valoir que l'association d'une ville ou d'une région du monde aux termes anglais 'Breakfast Tea' ou 'Breakfast' comme dénominateur commun de la famille de marques est une caractéristique et une originalité de ces marques, dont sa marque 'AMERICAN BREAKFAST TEA' n° 3 516 298 déposée le 26 juillet 2007 ;

Qu'elles ajoutent qu'en présence de thé portant la marque française 'NEW-YORK BREAKFAST' associant une ville américaine et le terme 'Breakfast', le consommateur français pensera immédiatement à un thé de la famille de marques de Mariage Frères, d'autant plus facilement que

l'un des enregistrements de cette famille de marques est 'AMERICAN BREAKFAST TEA' ;

Qu'elles en concluent que la marque 'NEW-YORK BREAKFAST' est incontestablement par sa composition intellectuelle, la copie illicite de la famille de marques, 'Paris Breakfast', 'American Breakfast Tea', 'Russian Breakfast Tea', 'Sanghaï Breakfast Tea' et ' French Breakfast Tea' dont elles sont titulaires et qu'elles exploitent effectivement, pour provoquer sciemment un risque de confusion dans l'esprit du public dans le but de le tromper et que dès lors la nullité de l'enregistrement de cette marque, effectué en violation de leurs droits antérieurs, devra être prononcée ;

Considérant que la société TWG Tea et M. Taha BOUQDIB répliquent que l'ancienneté de la marque n'est pas un critère déterminant pour la qualité du thé et que la mention de la date '1837" sur la marque 'TWG' n° 09 3 639 325, sans autre précision, ne signifie pas nécessairement qu'il s'agit de la date de création de l'entreprise qui l'appose et qu'il n'existe dès lors aucun risque suffisamment grave de tromperie du consommateur ;

Qu'ils ajoutent que la présence dans cette marque de trois mentions en langue française ne peut tromper le public sur la provenance géographique des produits, toute sa communication reposant sur le fait qu'il s'agit d'une marque de thé de luxe d'origine asiatique ;

Qu'en ce qui concerne la marque 'NEW-YORK BREAKFAST' n° 09 3 644 353, ils contestent l'existence d'une famille de marques, le dénominateur commun 'Breakfast' n'ayant rien de distinctif et son association à une ville, un pays ou une région est déjà utilisée sur le marché et ne peut constituer un dénominateur suffisamment distinctif pour créer un lien entre les marques en présence ;

Qu'ils ajoutent encore qu'en tout état de cause, aucune ressemblance ni risque de confusion n'existe en l'état des importantes différences entre les marques en cause ;

Considérant ceci exposé, que devant la cour, la nullité de la marque semi-figurative 'THE FINEST TEAS OF THE WORLD, MÉLANGES EXQUIS, MILLÉSIMES D'EXCEPTION, 1837, TWG TEA, GRANDS CRUS PRESTIGE' (TWG) n° 09 3 639 325 n'est désormais plus invoquée qu'en raison de son caractère trompeur en raison d'une part de la mention de l'année 1837 et d'autre part de l'usage du français ;

Considérant que selon l'article L 711-3 sous c), du code de la propriété intellectuelle, '*ne peut être adopté comme marque ou élément de marque un signe (...) de nature à tromper le public, notamment sur la nature, la qualité ou la provenance géographique du produit ou du service*' ;

Considérant qu'en l'absence d'éléments nouveaux soumis à son appréciation, la cour estime que les premiers juges, par des motifs pertinents qu'elle approuve, a fait une exacte appréciation des faits de la cause et du droit des parties en jugeant que la date de 1837 est associée à la dénomination du titulaire de la marque et que l'ensemble des codes et des mots utilisés fait croire au consommateur de thé que l'entreprise commercialisant les produits marqués a été créée en 1837 ;

Qu'en effet, pour le consommateur de thé, l'ancienneté d'une marque constitue un critère déterminant pour la qualité du produit puisqu'elle implique un savoir faire et une longue expérience et qu'en aucun cas le consommateur français de thé, même averti, ne peut comprendre que la date de 1837 évoquerait la création de la Chambre du commerce de Singapour et la libéralisation du commerce du thé dans cette colonie britannique ;

Que le jugement entrepris sera donc confirmé en ce qu'il a dit que la marque 'TWG' n° 09 3 639 325 a un caractère déceptif et prononcé sa nullité pour l'ensemble des produits et services visés ;

Considérant qu'en ce qui concerne la marque 'NEW-YORK BREAKFAST' n° 09 3 644 353, les parties ne font également que reprendre devant la cour leurs prétentions et leurs moyens de première

instance ; que le jugement entrepris repose sur des motifs exacts et pertinents que la cour adopte en ce qu'elle a dit que la SA Mariage Frères ne pouvait se prévaloir de l'existence d'une famille de marques en l'absence de la reprise, dans chacune des marques invoquées, d'un élément distinctif, le signe 'Breakfast Tea' étant fréquemment utilisé par les acteurs du marché du thé pour désigner le thé du petit déjeuner et étant, pour le consommateur de thé, descriptif du moment où est consommée cette boisson ;

Considérant qu'en l'absence d'éléments nouveaux soumis à son appréciation, la cour confirme donc le jugement entrepris en ce qu'il a débouté la SA Mariage Frères de sa demande en nullité de la marque 'NEW-YORK BREAKFAST' n° 09 3 644 353 ;

### III : SUR LES DEMANDES FONDÉES SUR LE DROIT D'AUTEUR :

#### *Les demandes présentées par les sociétés Mariage Frères :*

##### La loi applicable :

Considérant que les sociétés Mariage Frères soutiennent que la loi française est applicable pour leurs demandes en contrefaçon de droit d'auteur compte tenu du rattachement du litige à la France en raison du principe de proximité (projet de création de la société TWG Tea, débauchage de leur salariés, établissement de leurs fournisseurs, résidence de M. Robert MIZRAHI, commercialisation des produits en France d'outre-mer) ;

Considérant que la société TWG Tea et M. Taha BOUQDIB répliquent que le critère dit de la pesée des rattachement est en totale contradiction avec le droit positif, la Convention de Berne ayant opté pour le critère objectif de la loi du pays sur le territoire duquel les actes d'exploitation litigieux se sont produits ;

Qu'ils concluent à l'application de la loi singapourienne et à la confirmation du jugement entrepris qui, sur le fondement de cette loi, a débouté les sociétés Mariage Frères de l'ensemble de leurs demandes ;

Considérant ceci exposé, qu'au sens des dispositions de l'article 5 § 2 de la Convention de Berne du 09 septembre 1886 pour la protection des oeuvres littéraires et artistiques, la législation du pays où la protection est réclamée n'est pas celle du pays où le dommage est subi mais celle de l'État sur le territoire duquel se sont produits les agissements délictueux, l'obligation à réparation n'étant que la conséquence éventuelle de ceux-ci ;

Qu'en l'espèce les faits qualifiés de contrefaisants par les sociétés Mariage Frères se sont produits à Singapour, la société TWG Tea n'ayant aucune boutique ou salon de thé sur le territoire français dans lesquels seraient disponibles les documents argués de contrefaçon de droits d'auteur ;

Que c'est donc par des motifs pertinents et exacts tant en fait qu'en droit, que les premiers juges en ont déduit qu'il convenait d'appliquer la loi de Singapour aux demandes en contrefaçon de droits d'auteur présentées par les sociétés Mariage Frères ;

##### Les actes de contrefaçon allégués :

Considérant que les sociétés Mariage Frères revendiquent des droits d'auteur sur le livre 'L'art français du thé', sur le contenu de leur carte des thés et sur le livre de recettes 'French cuisine with tea' dont la présentation et le contenu aurait été selon elles pillés et copiés par la société TWG Tea ;

Qu'elles revendiquent l'originalité de leurs créations, fruit d'une procédure étudiée, conçue et réalisée à grand renfort de travail et de savoir-faire, concrétisation en éléments tangibles du concept de thé

français, l'originalité découlant du pari selon lequel le thé, qui n'est pas un produit habituellement associé à la culture française, peut s'intégrer dans l'art de vivre à la française, intégrant le thé dans des éléments habituellement associés à la culture française tels que le vin, la haute gastronomie et la haute couture ;

Qu'elles font valoir que le mode opératoire du service du thé a ainsi été purement repris par la société TWG Tea dont la carte correspond à la traduction en anglais de leur carte des thés ; que le 'Tea Book' de la société TWG Tea est scrupuleusement calqué sur le livre 'L'art français du thé' ;

Qu'elles revendiquent également les dessins et la présentation graphique des boîtes à l'ancienne destinées exclusivement à décorer leurs boutiques et salons de thé, et non pas la forme des dites boîtes, cette contrefaçon ayant été réalisée par M. Robert MIZRAHI en reproduisant des dessins leur appartenant pour les reproduire sur les boîtes vendues à la société TWG Tea et en assurer l'exportation ;

Que si la loi singapourienne devait être applicable, elles font valoir (pages 95 et 96 de leurs conclusions) que la carte des thés est protégeable puisque sa classification, son référencement, sa composition et sa présentation ont été le fruit d'une réflexion et d'un travail de la part de son auteur et que la contrefaçon est constituée au regard du point de vue quantitatif et qualitatif des éléments reproduits ;

Que les illustrations des boîtes de thé sont également le fruit de la recherche d'éléments anciens dont le choix et la présentation révèlent la créativité et l'imagination de leur direction artistique et que la reprise d'illustrations identiques et l'imitation de l'esthétisme sont autant de similitudes importantes entre leurs oeuvres et les copies constitutives de contrefaçon tant du point de vue quantitatif que qualitatif ;

Considérant que la société TWG Tea et M. Taha BOUQDIB répliquent, au vu d'un certificat de coutume d'un avocat singapourien, qu'une création n'est considérée comme originale que si elle implique une part substantielle de compétence, travail et jugement ; qu'en l'espèce la carte des thés n'a qu'une vocation fonctionnelle et qu'il n'existe aucune contrefaçon avec celle de la société TWG Tea en raison des différences d'organisation, d'agencement et d'informations ;

Qu'en ce qui concerne les décorations des boîtes de thé à l'ancienne, ils font valoir qu'aucune des pièces produites n'établit que les sociétés Mariage Frères seraient titulaire des droits sur ces décorations ;

Considérant que M. Robert MIZRAHI conclut à l'irrecevabilité des demandes des sociétés Mariage Frères, faute d'être titulaires de droits d'auteur sur les boîtes de thé à l'ancienne et qu'en tout état de cause la contrefaçon n'est pas démontrée en l'absence de toute comparaison effectuée par les sociétés Mariage Frères ;

Considérant ceci exposé, que dans la mesure où il est jugé que la loi singapourienne est applicable aux faits de contrefaçon de droit d'auteur allégués par les sociétés Mariage Frères, il convient de se référer à l'analyse faite par ces sociétés au regard de cette loi en pages 95 et 96 de leurs conclusions, celle effectuée aux pages 76 à 80 étant faite au regard de la loi française ;

Que de même, il convient de se référer à l'analyse faite par la société TWG Tea et Monsieur Taha BOUQDIB au regard du droit singapourien aux pages 166 à 170 de leurs conclusions, celle effectuée aux pages 170 à 190 étant faite au regard de la loi française ;

Considérant que la société TWG Tea et M. Taha BOUQDIB produisent un certificat de coutume de M. TAN TEE JIM, avocat inscrit au barreau de Singapour, spécialiste en propriété intellectuelle, membre du Tribunal de droit d'auteur de Singapour et de l'ordre des arbitres de Singapour, n'ayant

aucun lien d'association avec les parties ;

Que les sociétés Mariage Frères n'apportent aucune contradiction portant sur le droit d'auteur de Singapour tel que figurant dans ce certificat de coutume ; que l'attestation produite par elles de M. SUKUMAR KARUPPIAH, avocat singapourien, ne concerne pas la question des droits d'auteur puisqu'elle ne porte que sur la question des actes allégués de concurrence déloyale ;

Qu'il résulte de ce certificat de coutume, au demeurant cohérent avec la loi singapourienne (*Copyright Act*) du 10 avril 1987 sur le droit d'auteur (accessible en ligne sur le site de l'OMPI à l'adresse <<http://www.wipo.int/wipolex/fr/details.jsp?id=5285>>), que selon cette loi et la jurisprudence singapourienne, l'originalité de l'oeuvre suppose qu'il y ait eu une part substantielle de compétence, de travail ou de jugement exercé en créant cette oeuvre ;

Que pour établir l'existence d'actes de contrefaçon, le titulaire du droit d'auteur doit établir qu'il y a des similitudes importantes entre l'oeuvre protégée par le droit d'auteur et l'oeuvre arguée de contrefaçon, les tribunaux considérant cette question non seulement sous l'angle quantitatif (quantité de l'oeuvre protégée qui a été reproduite) mais également sous l'angle qualitatif (distinctivité de la partie reproduite de l'oeuvre protégée) ;

Que pour apprécier le caractère qualitatif de la reproduction, les tribunaux tiennent compte de la simplicité de l'oeuvre protégée (de légères différences suffiront à écarter la contrefaçon si l'oeuvre protégée est simple et ne comporte que très peu d'originalité dans son élaboration), de la fonctionnalité de l'oeuvre protégée (absence de contrefaçon par l'adoption de la même finalité fonctionnelle de l'oeuvre protégée) et du principe fondamental selon lequel le droit d'auteur protège l'expression formelle de l'oeuvre et non l'idée ou le concept qui sous-tend l'oeuvre (absence de contrefaçon par la reprise d'une idée ou d'un concept) ;

Que ces éléments juridiques ne sont pas contraires à l'ordre public, de telle sorte que la loi singapourienne sur le droit d'auteur peut être appliquée par les juridictions françaises ;

Considérant qu'en application du droit singapourien, il apparaît en premier lieu que, comme l'ont relevé à juste titre les premiers juges, la carte des thés revendiquée par les sociétés Mariage Frères a une vocation fonctionnelle qui est de proposer aux clients des thés par un classement alphanumérique et par l'identification des mélanges en fonction des heures de la journée, en l'absence de tout autre caractère qualitatif permettant leur protection au titre du droit singapourien ;

Considérant qu'en ce qui concerne les livres 'L'art français du thé' et 'French cuisine with tea', les sociétés Mariage Frères se contentent d'affirmer que la présentation de ces documents '*n'est nullement dictée par la nécessité mais par une volonté particulière de convivialité et de lien pédagogique et bienveillant avec le consommateur, élaborée de longue date et constitutive d'une véritable procédure pensée par l'entreprise*' (page 30 de leurs conclusions) pour en conclure péremptoirement qu'*il s'agit donc d'une présentation originale protégée par le droit d'auteur*' (page 78 de leurs conclusions) sans autre caractérisation de la compétence, du travail ou du jugement exercés en créant ces livres ;

Considérant qu'en ce qui concerne les illustrations figurant sur les boîtes de thé à l'ancienne (les sociétés Mariage Frères ayant clairement indiqué ne formuler aucune revendication de droits d'auteur sur la forme de ces boîtes), les sociétés Mariage Frères se contentent également d'affirmer qu'*il s'agit de décorations conçues à partir d'une iconographie originale, fruit de la recherche d'éléments anciens dont le choix et la présentation révèlent la créativité et l'imagination de la direction artistique de MARIAGE FRÈRES*' (page 96 de leurs conclusions) sans aucune caractérisation de la compétence, du travail ou du jugement exercés en créant ces illustrations ;

Qu'au surplus, comme l'ont relevé à juste titre les premiers juges, les sociétés Mariage Frères ne

caractérisent pas davantage autrement que par leurs affirmations de principe, les reprises tant qualitatives que quantitatives, au sens du droit singapourien, de leurs oeuvres par la société TWG Tea et M. Robert MIZRAHI ;

Considérant en conséquence que le jugement entrepris sera confirmé en ce qu'il a dit la loi de Singapour applicable aux demandes des sociétés Mariage Frères fondées sur la contrefaçon de droits d'auteur et en ce qu'il a débouté ces sociétés de l'ensemble de leurs demandes à ce titre ;

***Les demandes présentées par M. Robert MIZRAHI :***

Considérant que M. Robert MIZRAHI fait valoir la régularité des opérations de saisie-contrefaçon effectuées le 07 février 2012 dans les locaux des sociétés Mariage Frères, qui ont permis de relever l'usage intensif fait sans autorisation du logo qu'il a réalisé, ainsi que l'utilisation sans droit des boîtes de thé illustrées et signées par lui ;

Qu'il soutient que les sociétés Mariage Frères ne sont titulaires d'aucun droit sur le logo créé par lui en 1983 en produisant aux débats la maquette du logo original dont il est l'auteur, l'oeuvre étant signée de ses initiales 'RAM' ; que ce logo est original par le fait qu'il s'inscrit dans un cercle parfait, présente une banderole en cintrage flottant, est composé de quatre parties majeures portant des mentions calligraphiées à la main relatives au thé, la banderole étant le lien entre deux arbres dont la base est masquée par la représentation de tonneaux, caisses, barils, ballots et sacs en toile de jute, qu'au centre du logo figure, calligraphiée à la main, la dénomination 'MARIAGE FRÈRES' et que l'ensemble est comme scellé par un médaillon représentant le fondateur de l'entreprise, Henri Mariage ;

Qu'il précise que son travail graphique a consisté à assembler plusieurs éléments : les éléments graphiques, les mentions relatives au thé, le lettrage et le portrait de Henri Mariage, pour en faire un tout unique et harmonieux ayant l'identité de son créateur ;

Qu'en ce qui concerne les boîtes de thé dites 'à l'ancienne', il expose avoir réalisé 880 boîtes, toutes peintes, numérotées et signées 'RAM ARON' ; qu'il précise être dans l'impossibilité de décrire chacune de ces 880 boîtes et expose, de la page 12 à la page 14 de ses conclusions (auxquelles la cour se réfère expressément), les éléments caractérisant l'originalité des boîtes numérotées 277, 317, 348, 368, 441, 508, 512, 558, 607, 631, 664, 706, 780, 788, 841, 842, 843, 863 et 872 pour leurs illustrations, la composition, le lettrage, les couleurs et la patine, et des boîtes numérotées 578, 753, 754, 758 et 759 pour le lettrage, les couleurs et les patines adoptées pour en conclure que ces éléments confèrent à l'ensemble un caractère original pour chacune de ces oeuvres ;

Qu'il précise avoir travaillé directement, au pinceau levé, sur chaque boîte, de telle sorte que l'absence d'ébauche ou de dessins préparatoires n'est pas pertinente, et que ses illustrations ont été réalisées librement par lui, selon son propre style ;

Considérant que les sociétés Mariage Frères concluent à la confirmation du jugement entrepris qui a rejeté les prétentions de M. Robert MIZRAHI au titre du droit d'auteur en faisant leur la motivation des premiers juges ;

Considérant ceci exposé, que les demandes reconventionnelles en droit d'auteur ayant été formulées pour la première fois par M. Robert MIZRAHI par ses conclusions de première instance du 30 janvier 2012, c'est à bon droit que les premiers juges ont déclaré ses demandes en contrefaçon prescrites pour les faits antérieurs au 30 janvier 2007 en application des dispositions de l'article 2224 du code civil ; que le jugement entrepris sera confirmé de ce chef ;

Qu'en ce qui concerne le logo des sociétés Mariage Frères (au demeurant constituant leur marque semi-figurative n° 1 344 152 reproduite plus haut), il apparaît, comme l'ont relevé à juste titre les



premiers juges, que les éléments figuratifs revendiqués par M. Robert MIZRAHI proviennent de deux vignettes ('Maison Rochet Frères' et 'épicerie de la Reine Blanche') d'un ouvrage intitulé '500 vignettes françaises fin du siècle' édité en 1966, reproduisant des extraits de vignettes du catalogue Deberny et Peignot, datées entre 1873 et 1920 ;

Qu'en effet le logo mêle des éléments composant ces deux vignettes (les arbustes, le palmier, le sac en toile de jute, les tonneaux, les caisses et la banderole, la typographie ancienne), parfois en les inversant, ce seul assemblage formel n'étant pas en lui-même susceptible de protection au titre du droit d'auteur ;

Que les mentions relatives à l'origine des thés les plus connus sont banales et que la reproduction, sur un mode de décalque, d'une photographie du fondateur de la maison Mariage Frères n'est pas une création, mais une simple opération d'exécution, son apposition sur un logo destiné à constituer la marque de la société Mariage Frères étant également banale ;

Qu'enfin la simple combinaison de ces éléments ne présente en elle-même aucune originalité de nature à exprimer la créativité et la personnalité de l'auteur ;

Que c'est donc à juste titre que les premiers juges ont rejeté les demandes en contrefaçon de M. Robert MIZRAHI de ce chef ;

Considérant qu'en ce qui concerne les boîtes de thé à l'ancienne, indépendamment de l'absence de dessin préparatoire, dans la mesure où M. Robert MIZRAHI indique avoir travaillé directement sur les boîtes, au pinceau, il apparaît que les premiers juges ont, pour chacune des boîtes expressément revendiquées, fait une analyse correcte dont il ressort que M. Robert MIZRAHI ne rapporte pas la preuve d'une création personnelle, soit que l'élément figuratif n'est qu'un élément de type vignette ancienne, soit que les bons de commande de ces boîtes ou les courriels adressés à M. Robert MIZRAHI révèlent que les sociétés Mariage Frères lui ont donné des indications précises quant aux couleurs de fond, au texte, à la calligraphie et aux dessins à reproduire sur la boîte ;

Qu'en ce qui concerne les boîtes sur lesquelles ne figure aucun dessin mais uniquement le nom du thé, c'est également à juste titre que les premiers juges ont relevé que le lettrage, les couleurs et les patines adoptée ne relevaient que d'un savoir-faire et qu'en tout état de cause les couleurs et les lettrages étaient indiqués par les sociétés Mariage Frères ;

Considérant en conséquence qu'en l'absence d'élément nouveau soumis à l'appréciation de la cour, il apparaît que c'est par des motifs pertinents et exacts, que la cour adopte, que les premiers juges ont débouté M. Robert MIZRAHI de l'ensemble de ses demandes au titre du droit d'auteur, le jugement entrepris étant dès lors confirmé de ce chef ;

#### IV : SUR LES DEMANDES RELATIVES À LA CONCURRENCE DELOYALE :

##### ***La loi applicable :***

Considérant que les sociétés Mariage Frères concluent à l'application de la loi française aux faits de concurrence déloyale et de parasitisme qu'elles invoquent en faisant valoir, comme pour leurs demandes au titre du droit d'auteur, le rattachement du litige à la France en raison du principe de proximité ;

Qu'en tout état de cause, en cas d'application du droit singapourien, elles soutiennent qu'au regard des articles 10 bis et 10 ter de la Convention de l'Union de Paris dont la France et Singapour sont membres, le tribunal avait pour obligation de procéder à un contrôle motivé afin de savoir si dans la loi singapourienne, il y avait un dispositif équivalent à la concurrence déloyale (c'est-à-dire une norme de nature à conduire aux mêmes solutions) et de rechercher s'il existait un dispositif de

sanction de la concurrence déloyale en tant que mécanisme distinct des droits subjectifs de la propriété intellectuelle ;

Qu'ils reprochent aux premiers juges d'avoir repris la substance de l'avis de M. TAN TEE JIM dont il ressort que la loi singapourienne ne présenterait aucun dispositif équivalant à la concurrence déloyale et encore moins un mécanisme distinct des droits privatifs de propriété intellectuelle ; que si selon ce droit, la protection contre les actes de concurrence déloyale se limitait à la sanction des actes de confusion de marque, les premiers juges auraient dû faire valoir l'exception d'ordre public international après avoir constaté l'absence d'équivalence du dispositif offert par le droit singapourien ;

Qu'ils font valoir que l'ordre public sanctionne le défaut de communauté juridique et la méconnaissance des principes essentiels du droit français et que la responsabilité civile de droit commun en est un ;

Considérant que la société TWG Tea et M. Taha BOUQDIB invoquent l'application de la loi de Singapour conformément au règlement Rome II dont l'article 6.1 donne compétence à la loi du marché sur lequel les concurrents interagissent et qu'en l'espèce il ne peut s'agir que de la loi de Singapour puisque la société TWG Tea n'a aucune activité en France et que les actes qui lui sont reprochés ont eu lieu à Singapour ;

Qu'à titre subsidiaire ils font valoir que la loi de Singapour est celle présentant les liens les plus étroits avec le litige ;

Considérant ceci exposé, que dans la mesure où les faits de concurrence déloyale reprochés à la société TWG Tea sont nécessairement postérieurs à sa création en avril 2008 et se poursuivent jusqu'à ce jour, le règlement (CE) n° 864/2007 du Parlement européen et du Conseil du 11 juillet 2007 sur la loi applicable aux obligations non contractuelles (dit 'Rome II') est applicable ;

Que l'article 6 de ce règlement dispose en son paragraphe 1 que *'la loi applicable à une obligation non contractuelle résultant d'un acte de concurrence déloyale est celle du pays sur le territoire duquel les relations de concurrence ou les intérêts collectifs des consommateurs sont affectés ou susceptibles de l'être'* et en son paragraphe 3, sous a) que *'la loi applicable à une obligation non contractuelle résultant d'un acte restreignant la concurrence est celle du pays dans lequel le marché est affecté ou susceptible de l'être'* ;

Considérant qu'il est constant que la société TWG Tea n'a aucune activité commerciale en France, que les actes de concurrence déloyale qui lui sont reprochés n'ont pu avoir lieu qu'à Singapour et qu'en conséquence le pays dans lequel les relations de concurrence et le marché sont susceptibles d'être affectés est bien l'État de Singapour ;

Considérant par ailleurs que la France et Singapour sont parties à la Convention d'union de Paris du 20 mars 1883 pour la protection de la propriété industrielle dont les Français peuvent revendiquer les dispositions à leur profit en vertu de l'article L 614-31 du code de la propriété intellectuelle ;

Que l'article 10 bis de cette Convention dispose en son paragraphe 1° que *'les pays de l'Union sont tenus d'assurer aux ressortissants de l'Union une protection effective contre la concurrence déloyale'* et que l'article 10 ter précise en son paragraphe 1° que *'les pays de l'Union s'engagent à assurer aux ressortissants des autres pays de l'Union des recours légaux appropriés pour réprimer efficacement tous les actes visés aux articles 9, 10 et 10 bis'* ;

Considérant que tant en France qu'à Singapour il n'existe pas de législation sanctionnant spécifiquement les actes de concurrence déloyale, qu'en effet en droit français la concurrence déloyale est réprimée par le droit commun de la responsabilité civile délictuelle de l'article 1382 du

code civil ;

Considérant qu'à Singapour, il ressort tant du certificat de coutume de M. TAN TEE JIM que de celui de M. SUKUMAR KARUPPIAH, versés respectivement aux débats par chacune des parties, que la concurrence déloyale est sanctionnée par le délit de *'passing off'* (consistant à faire passer ses produits pour ceux d'un autre) et par les délits civils spécifiques d'incitation d'une personne à violer un contrat, d'immixtion illicite dans les affaires et de collusion par des moyens licites ;

Qu'il apparaît ainsi que le droit singapourien, comme le droit français, assure une protection effective contre la concurrence déloyale, distincte des droits privatifs de propriété intellectuelle, et qu'en conséquence le droit singapourien est bien applicable en l'espèce pour régir les demandes en concurrence déloyale sans qu'il y ait lieu pour le juge français de soulever une exception d'atteinte à l'ordre public ;

***Les actes de concurrence déloyale et de parasitisme au regard du droit singapourien :***

Considérant que les développements des sociétés Mariage Frères relatifs aux actes allégués de concurrence déloyale et de parasitisme exposés dans leurs conclusions de la page 36 à la page 50 se fondent exclusivement sur le droit français de l'article 1382 du code civil et n'ont donc pas à être analysés dans la mesure où la cour confirme l'application de la loi singapourienne à ces faits ;

Que c'est à titre subsidiaire, de la page 85 à la page 95 qu'ils analysent l'existence d'actes de concurrence déloyale et de parasitisme au regard du droit singapourien en produisant un certificat de coutume de M. SUKUMAR KARUPPIAH, avocat inscrit au barreau de Singapour ;

Qu'ils font valoir que la loi de Singapour sanctionne les délits civils d'incitation de rupture de contrat, d'immixtion illicite dans les affaires et de collusion par des moyens licites et qu'en l'espèce il est établi que la société TWG Tea a réalisé un débauchage sélectif de quatre de ses cadres stratégiques, sur l'initiative de M. Taha BOUQDIB, en pleine connaissance de leurs contrats de travail et en les incitant par des propositions attractives ;

Qu'ils ajoutent que l'immixtion illicite dans les affaires est constitué par l'usage d'informations confidentielles ou privilégiées emportées par leurs anciens salariés et que la collusion entre la société TWG Tea et M. Taha BOUQDIB dans l'objectif de leur causer un préjudice est établie dans la mesure où les débauchages de membres stratégiques d'une entreprise au fonctionnement parfaitement connu de la société TWG Tea en raison de l'expérience de M. Taha BOUQDIB, ont été provoqués en pleine conscience de leur capacité de nuisance et de désorganisation ;

Qu'ils soutiennent encore que la société TWG Tea s'est rendue coupable du délit civil de *'passing off'* en générant une confusion, faisant passer ses produits pour ceux des sociétés Mariage Frères, usurpant l'actif incorporel que constitue le *'goodwill'* ainsi usurpé et qui devra leur être restitué conformément au droit singapourien ;

Considérant que la société TWG Tea et M. Taha BOUQDIB contestent tout délit civil au regard de la loi de Singapour en précisant que s'il n'existe pas de notion de concurrence déloyale en tant que telle dans ce droit, d'autres fondements juridiques assurent une protection équivalente ;

Qu'à ce titre ils soutiennent que le délit d'incitation de rupture de contrat (débauchage de salariés) n'est pas constitué, la jurisprudence singapourienne précisant qu'aucune faute ne peut résulter d'inciter une personne à rompre son contrat sauf si cette incitation est faite avec une intention malveillante et qu'elle cause un préjudice important et immédiat, ce qui n'est pas le cas en l'espèce, le départ des trois salariés des sociétés Mariage Frères s'étant déroulé dans des conditions normales et n'ayant causé aucun préjudice ;

Qu'ils soutiennent encore l'absence de délit d'immixtion illicite par détournement d'informations confidentielles, la jurisprudence singapourienne exigeant que l'information ait été confidentielle, qu'elle ait été divulguée dans des circonstances confidentielles et qu'il en ait été fait un usage non autorisé au détriment de la partie qui est à l'origine de sa communication, un employeur ne pouvant interdire à un ancien salarié d'utiliser les compétences et connaissances acquises au cours de son contrat de travail ;

Qu'en l'espèce aucune des informations invoquées n'est confidentielle, la sélection d'accessoires ne constituant aucune information confidentielle, ni une valeur économique protégeable, les mets invoqués n'étant pas confidentiels car se retrouvant dans de nombreux salons de thé et restaurant et n'ayant pas été copiés ; que d'une façon générale aucune des informations invoquées n'est confidentielle, s'agissant d'éléments visibles par tout le monde et correspondant à des standards du marché ;

Qu'ils soutiennent également l'absence de délit de collusion par moyens licites, l'objectif de la société TWG Tea en embauchant d'anciens salariés des sociétés Mariage Frères étant non pas de cause un préjudice à ces dernières, mais de lancer ou promouvoir leur activité à Singapour ;

Qu'ils invoquent enfin l'absence de '*passing off*' dans la mesure où les sociétés Mariage Frères ne disposent d'aucun '*goodwill*' (à savoir une réputation attachée aux produits ou services commercialisés) avant le début des agissements prétendument litigieux en 2008, les éléments produits pour justifier de leur activité à Singapour ne témoignant que des ventes actuelles de leurs produits ;

Qu'ils ajoutent que dans la mesure où les sociétés Mariage Frères n'ont qu'une activité limitée à Singapour, n'exploitant ni boutique, ni salon de thé sur ce territoire et leur marque y étant inconnue du grand public, celui-ci n'est pas en mesure de comparer l'univers des sociétés Mariage Frères avec celui de la société TWG Tea et qu'il n'existe donc aucune déformation de la réalité ;

Que les développements de M. Taha BOUQDIB et de la société TWG Tea relatifs aux actes allégués de concurrence déloyale et de parasitisme exposés dans leurs conclusions de la page 58 à la page 118 de leur conclusions ne le sont qu'à titre subsidiaire dans l'hypothèse de l'application de la loi française au visa de l'article 1382 du code civil et n'ont donc pas à être analysés dans la mesure où la cour confirme l'application de la loi singapourienne à ces faits ;

#### La demande au titre du '*passing off*' :

Considérant ceci exposé, qu'il ressort de l'examen des certificats de coutume versés aux débats par les parties, que pour établir le délit de '*passing off*', il faut d'abord démontrer l'existence d'un '*goodwill*', actif incorporel qui se définit, en droit de *common law* (tant à Singapour qu'au Royaume-Uni dont la jurisprudence est prise en compte par les juridictions singapouriennes), comme le bénéfice et l'avantage qu'une enseigne tire de sa renommée, de sa réputation et de ses relations commerciales, c'est-à-dire la force attractive qui permet à la société de capter des clients pour les inciter à acheter ou à rechercher ses produits ou services ;

Que selon la jurisprudence singapourienne, le '*goodwill*' se caractérise ainsi par l'association des produits ou services fournis par la société avec la présentation commerciale ('*get up*') reconnue par le public comme l'élément distinctif de ces produits ou services ;

Qu'en outre le '*goodwill*' attaché à une marque ou à une dénomination commerciale est territorial et propre à chaque pays et doit exister à Singapour à la date du début de la conduite litigieuse alléguée, soit en l'espèce au mois d'avril 2008, date du début de l'activité de la société TWG Tea ;

Considérant que le seul fait pour les sociétés Mariage Frères d'avoir enregistré en 1997 deux de leurs

marques à Singapour et de les avoir renouvelées depuis est insuffisant pour établir l'existence d'un 'goodwill', qu'il en est de même de la liste de deux revendeurs et de cinq restaurants établis à Singapour diffusant les produits des sociétés Mariage Frères, celle-ci étant datée du 30 avril 2015, de la présence des sociétés Mariage Frères à un salon tenu à Singapour en mars 2015 et de courriels datant des années 2012 à 2015 et ne permettant pas d'établir l'existence d'un 'goodwill' en avril 2008 ;

Qu'enfin la production d'une unique facture d'envoi de produits à une société singapourienne le 22 février 1999 (portant au demeurant sur des quantités infimes de produits) ne justifie pas de la réalité d'une distribution régulière des produits des sociétés Mariage Frères à Singapour depuis 1999 et de l'*importante force d'attraction commerciale* (page 92 de leurs conclusions) que ces sociétés auraient acquise dès avril 2008 à Singapour ;

Que c'est donc à juste titre que les premiers juges ont dit que les conditions d'applications des règles singapouriennes sur le '*passing off*' n'étaient pas réunies en l'absence de 'goodwill' ;

*La demande au titre du délit d'incitation de rupture de contrat :*

Considérant qu'en ce qui concerne le délit civil d'incitation de rupture de contrat (*inducement of breach of contract*) par le débauchage de salariés des sociétés Mariage Frères, la jurisprudence singapourienne exige non seulement que le concurrent ait eu connaissance du contrat de travail, mais qu'il ait aussi eu l'intention délibérée de provoquer la rupture du contrat afin de causer un préjudice notamment par persuasion, tromperie, présentation d'offres attractives, etc, comme l'indique en particulier M. SUKUMAR KARUPPIAH dans son certificat de coutume ;

Qu'il sera d'ores et déjà relevé que si, en introduction de leurs conclusions (en pages 18 et 19), les sociétés Mariage Frères font état des démissions de MM Alexandre MALLOCHET, vendeur et Adama KOITA, second de cuisine, elles n'invoquent pas (aux pages 37 à 39) ces démissions au titre du débauchage sélectif ;

Qu'en effet les sociétés Mariage Frères ne visent expressément, au titre du débauchage sélectif de salariés et indépendamment de M. Taha BOUQDIB, que les démissions de MM Philippe LANGLOIS, chef pâtissier, Rithyrith AUM STIEVENARD, directeur de la restauration, Nicolas ROYER, commis pâtissier et Brahim KEBIR, responsable des comptoirs ;

Qu'en ce qui concerne les circonstances dans lesquelles ces quatre salariés ont démissionné avant d'être embauchés par les sociétés The Wellness Group et TWG Tea, force est de constater que les sociétés Mariage Frères ne démontrent pas que ces sociétés auraient procédé, directement ou par l'intermédiaire de M. Taha BOUQDIB, par des actes de persuasion, tromperie ou présentation d'offres attractives ;

Qu'en effet la seule attestation produite est celle de M. Brahim KEBIR, lequel est en réalité resté au service des sociétés Mariage Frères dont il est aujourd'hui responsable des comptoirs ainsi qu'il l'indique dans son attestation du 03 janvier 2008 et comme le reconnaissent les sociétés Mariage Frères en page 19 de leurs conclusions, ce qui relativise la portée de son témoignage d'une part en raison de ses liens de subordination avec les appelantes et d'autre part parce que, en tout état de cause, il ne fait état que de son cas personnel ;

Que les sociétés Mariage Frères n'articulent aucun moyen ni argument relativement à la démission de M. Nicolas ROYER et à son embauche par les sociétés The Wellness Group et TWG Tea, son cas étant simplement cité en une ligne en page 39 de leurs conclusions en illustration du cas de M. Philippe LANGLOIS (*Deux mois après, son commis pâtissier M. Nicolas ROYER l'a suivi chez TWG TEA*) ;

Que M. Rithyrith AUM STIEVENARD précise quant à lui dans son attestation du 21 janvier 2009

avoir démissionné le 11 septembre 2007 pour se rapprocher de son pays d'origine, le Cambodge, son épouse étant elle-même d'origine japonaise, et n'avoir été soumis à aucune influence ni débauchage de la part des sociétés The Wellness Group et TWG Tea et de M. Taha BOUQDIB ;

Que M. Philippe LANGLOIS atteste, le 18 janvier 2009, n'avoir jamais été débauché et avoir décidé de travailler pour la société TWG Tea dès lors qu'il n'exerçait plus son métier au sein des sociétés Mariage Frères ;

Que d'une façon générale il ressort des contrats de travail de ces salariés qu'aucun d'eux n'était lié par une clause de non concurrence visant notamment Singapour ;

Qu'il sera enfin relevé que si en première instance, ces sociétés ont assigné MM Philippe LANGLOIS et Rithyryth AUM STIEVENARD en dommages et intérêts pour '*actes déloyaux et parasites*', elles ne les ont pas intimés dans le cadre de leur présent appel de telle sorte que les dispositions du jugement entrepris les ayant déboutées de leurs demandes à ce titre sont définitives ;

Considérant qu'il s'ensuit que les sociétés Mariage Frères ne démontrent pas l'existence d'un délit civil d'incitation de rupture de contrat au sens du droit singapourien ;

La demande au titre de l'immixtion illicite dans les affaires :

Considérant qu'en ce qui concerne le délit civil d'immixtion illicite dans les affaires ('*tort of unlawful interference with business*'), il ressort du certificat de coutume de M. SUKUMAR KARUPPIAH que ce fait consiste à causer un préjudice (par des moyens illicites ou par une collusion d'au moins deux personnes par des moyens illicites) notamment en conduisant une personne à violer son contrat de travail (par exemple, par une résiliation anticipée, par l'inobservation d'un délai de préavis, par le fait d'emporter des informations confidentielles, etc.) ;

Que les certificats de coutume produits par les parties s'accordent pour préciser que les conditions nécessaires pour que soit constitué ce délit sont l'intention de causer un préjudice par certains actes et le caractère illicite de ces actes ; qu'il ne suffit donc pas que le préjudice soit seulement une conséquence possible ou même inévitable de la conduite de l'auteur des actes ;

Qu'en l'espèce, ainsi qu'il vient d'être exposé au titre de l'incitation fautive à la rupture de contrat, les sociétés Mariage Frères ne démontrent pas que les sociétés The Wellness Group et TWG Tea auraient conduit MM Taha BOUQDIB, Philippe LANGLOIS, Rithyryth AUM STIEVENARD et Nicolas ROYER à violer leurs contrats de travail respectifs par des actes illicites dans l'intention de causer un préjudice aux sociétés Mariage Frères ;

Que si les sociétés Mariage Frères soutiennent également que, par ces débauchages, les sociétés The Wellness Group et TWG Tea auraient détourné à leur profit les informations privilégiées et le savoir faire acquis par leurs anciens salariés, force est de relever que selon la jurisprudence singapourienne citée par M. TAN TEE JIM (non contredite par le certificat de coutume adverse), un employeur ne saurait interdire à un ancien salarié d'utiliser les compétences et connaissances acquises au cours de son contrat de travail avec l'employeur dès lors qu'il ne détourne pas des informations privilégiées ou stratégiques de son précédent employeur ;

Qu'en l'espèce le seul document qualifié de '*très confidentiel*' par les sociétés Mariage frères (page 18 de leurs conclusions) est le 'Livre du savoir faire "*ultra-confidentiel*' daté de janvier 1990 (pièce n° 53 des appelantes) détaillant les '*mille et une recettes qui donnent à Mariage frères son caractère unique*' dont il n'est pas démontré que M. Philippe LANGLOIS (seul expressément dénoncé à ce titre en page 18 des conclusions des appelantes) aurait détourné un exemplaire pour le remettre à ses nouveaux employeurs ;

Que d'une façon plus générale les sociétés Mariage Frères ne rapportent pas autrement que par leurs seules affirmations, la preuve que leurs anciens salariés (dont il convient de rappeler qu'ils ne sont plus poursuivis à ce titre en cause d'appel) auraient occupé en leur sein des postes stratégiques ni qu'ils auraient détourné des informations privilégiées dont ils auraient été détenteurs au cours de leur activité professionnelle ;

Qu'enfin il n'est pas davantage démontré la désorganisation qui serait résulté de ces quatre démissions alors qu'il ressort des pièces versées aux débats que les sociétés Mariage Frères emploient 530 salariés (rapport Marketing de la société Accuracy du 20 mai 2013) ;

Considérant qu'en ce qui concerne l'accusation de détournement des fournisseurs sélectionnés par les sociétés Mariage Frères, à savoir le fabricant des boîtes de thé à l'ancienne, les Établissements Paul Lagache et l'artisan maître verrier Wilfrid Allyn (atelier Nyvine), fournisseur des théières en verre, il ressort des pièces versées aux débats (en particulier leur site Internet <[www.paulagache.com](http://www.paulagache.com)>) que les Établissements Paul Lagache sont spécialisés dans la confection de boîtes de thé de luxe, fournisseurs de nombreuses autres maisons de thé et que de même l'atelier de verrerie Nyvine jouit d'une notoriété dans la création de pièces de prestige créées pour des entreprises de luxe ainsi que cela ressort notamment de l'article que lui a consacré le quotidien Ouest France le 27 décembre 2014 ;

Qu'ainsi le seul fait que les sociétés The Wellness Group et TWG Tea se soient adressées à ces fournisseurs n'est pas en soi constitutif d'actes illicites commis dans l'intention de causer un préjudice aux sociétés Mariage Frères, de telle sorte qu'il n'est pas démontré l'existence d'un délit civil d'immixtion illicite dans les affaires au sens du droit singapourien ;

*La demande au titre de la collusion par des moyens licites :*

Considérant qu'en ce qui concerne le délit civil de collusion par des moyens licites, il ressort du certificat de coutume de M. SUKUMAR KARUPPIAH que selon la jurisprudence singapourienne il n'est pas nécessaire que les parties prenantes à la collusion aient commis un acte illicite mais qu'il existe la condition supplémentaire selon laquelle doit être prouvé d'une part un 'objectif prédominant' de toutes les parties à la collusion, à savoir celui de causer un préjudice et d'autre part le fait que l'acte a été commis et l'objectif atteint ;

Qu'il s'ensuit, selon M. SUKUMAR KARUPPIAH, que dans le contexte d'actes consistant à inciter des salariés à quitter leur emploi, il est nécessaire de démontrer qu'au moins deux personnes ont agi ensemble afin d'inciter des salariés à quitter leur emploi, spécifiquement dans le but de causer un préjudice au demandeur et qu'il est insuffisant que ces actes n'aient porté préjudice que de manière indirecte alors que le concurrent poursuivait d'autres objectifs prédominants en sollicitant le ou les salariés du demandeur ;

Que M. TAN TEE JIM précise dans son propre certificat de coutume (qui n'est pas contredit par celui adverse) que l'"objectif prédominant" signifie selon la jurisprudence singapourienne que le préjudice ou dommage subi par le demandeur doit être le but principal ou ultime de l'auteur et que par exemple si l'objectif prédominant consistait à promouvoir l'activité de l'auteur, il ne peut y avoir de délit de collusion par des moyens licites, même si cette action nuit ou porte également préjudice à l'activité concurrente du demandeur ;

Qu'en l'espèce il n'est nullement démontré, ainsi qu'analysé précédemment, qu'en embauchant les anciens salariés des sociétés Mariage Frères, les sociétés The Wellness Group et TWG Tea, en collusion avec M. Taha BOUQDIB, auraient eu comme 'objectif prédominant' de vouloir ainsi causer un préjudice à ces sociétés, étant au demeurant observé que ce préjudice n'est nullement démontré ainsi qu'également analysé précédemment ;

Qu'il n'est donc pas davantage démontré l'existence d'un délit civil de collusion par des moyens licites au sens du droit singapourien ;

***Les actes de concurrence déloyale et parasitaire reprochés à M. Robert MIZRAHI :***

Considérant que les sociétés Mariage Frères demandent de dire que M. Robert MIZRAHI s'est également rendu coupable d'actes déloyaux et parasitaires avec la société TWG Tea et M. Taha BOUQDIB en apportant son concours aux actes déloyaux de la société TWG Tea en permettant à celle-ci d'économiser la recherche d'un fournisseur, la mise au point de modèles, le référencement des boîtes chez le fournisseur choisi et la recherche des modalités et coûts des livraisons ;

Considérant que M. Robert MIZRAHI conclut au débouté de cette demande en faisant valoir que celle-ci est identique à celles formées au titre de la contrefaçon ;

Considérant que cette demande n'est présentée en page 48 de leurs conclusions que dans le cadre de l'examen des faits de concurrence déloyale et parasitaire sur le fondement de la loi française et n'est pas reprise à titre subsidiaire dans l'examen de ces faits sur le fondement de la loi singapourienne ;

Qu'en tout état de cause dans la mesure où aucun acte de concurrence déloyale et/ou parasitaire n'est démontré à l'encontre de la société TWG Tea et de M. Taha BOUQDIB au regard de la loi singapourienne, ainsi qu'analysé précédemment, il n'est pas davantage démontré l'existence d'actes déloyaux et parasitaires commis par M. Robert MIZRAHI avec ceux-ci ;

Considérant dès lors qu'aucun acte de concurrence déloyale et/ou de parasitisme n'est établi à l'encontre de quiconque et que le jugement entrepris sera confirmé en ce qu'il a débouté les sociétés Mariage Frères de l'ensemble de leurs demandes à ce titre ;

**V : SUR LES DEMANDES RECONVENTIONNELLES AU TITRE DU DÉNIGREMENT :**

***La demande de M. Taha BOUQDIB :***

Considérant que M. Taha BOUQDIB ne reprend pas devant la cour la demande en dommages et intérêts qu'il avait présentée en première instance et qui a été déclarée irrecevable par les premiers juges au motif que les propos qu'il impute aux sociétés Mariage Frères constituent à son encontre une diffamation et faute par lui d'avoir respecté les dispositions de l'article 53 de la loi du 29 juillet 1881 ;

Qu'en conséquence le jugement entrepris sera confirmé par adoption de ses motifs pertinents et exacts tant en fait qu'en droit en ce qu'il a déclaré la demande de M. Taha BOUQDIB en dénigrement irrecevable ;

***La demande de la société TWG Tea :***

Considérant que la société TWG Tea reproche aux sociétés Mariage Frères de l'avoir dénigrée en adressant à ses partenaires une lettre la qualifiant d'auteur de contrefaçons alors qu'aucune décision définitive les condamnant pour de tels faits n'était encore intervenue ;

Qu'elle ajoute que cette lettre omettait volontairement de préciser que les sociétés The Wellness Group et TWG Tea, ainsi que M. Taha BOUQDIB, contestaient l'intégralité de ces griefs et que M. Robert MIZRAHI, co-défendeur, avait formulé une demande reconventionnelle en contrefaçon de droits d'auteurs à l'encontre des sociétés Mariage Frères ;

Qu'elle fait encore valoir que les sociétés Mariage Frères ont également cherché à intimider ses partenaires en menaçant de donner une publicité mondiale à cette affaire ;



Qu'elle affirme que ces actes lui ont causé un préjudice en fragilisant sa relation commerciale avec ses franchisés indépendants et demande qu'il soit fait interdiction aux sociétés Mariage Frères, sous astreinte de 50.000 € par infraction constatée, de procéder à toute nouvelle divulgation d'informations relatives à la présente procédure auprès de tiers en des termes identiques ou similaires, réclamant en outre l'allocation d'une somme de 100.000 € à titre de dommages et intérêts en réparation du préjudice ainsi subi ;

Considérant que les sociétés Mariage Frères répliquent que la lettre querellée n'est qu'une correspondance privée adressée nommément au responsable d'une entité semblant dépendre de la société TWG Tea et ne peut donc revêtir le caractère de publication ;

Qu'elles ajoutent que l'information donnée est mesurée et ne reflète que les termes de la procédure sans autre commentaire, qu'elle ne concerne pas la clientèle de la société TWG Tea et que cette information est légitime et ne saurait faire naître de faute qui leur serait imputable ;

Qu'enfin elles soutiennent que ce mail a été dépourvu de la moindre conséquence économique pour la société TWG Tea qui ne justifie pas avoir subi un préjudice ;

Considérant ceci exposé, que le dénigrement consiste à jeter publiquement le discrédit sur une personne physique ou morale, un produit ou un service identifié et se distingue de la critique dans la mesure où il émane d'un acteur économique qui cherche ainsi à bénéficier d'un avantage concurrentiel en jetant le discrédit sur son concurrent ou sur les produits de ce dernier ;

Qu'est notamment fautive la dénonciation faite à des partenaires commerciaux, d'une action n'ayant pas donné lieu à une décision de justice ;

Considérant qu'en l'espèce la demande en dommages et intérêts de la société TWG Tea pour dénigrement se fonde sur des lettres adressées en termes identiques le 30 octobre 2012 par le conseil des sociétés Mariage Frères d'une part au responsable de la société OSIM International Ltd à Singapour (actionnaire de la société TWG Tea) et d'autre part aux responsables des sociétés franchisées de la société TWG Tea : les sociétés TWG Thaïlande, TWG Malaisie et RSH Restaurants Ltd ;

Que ce courrier, dont il est produit une traduction en langue française non critiquée, après avoir rappelé les droits de propriété industrielle détenus par les sociétés Mariage Frères, mentionne :

*'Dans l'assignation signifiée au mois de décembre 2008, les demandeurs allèguent que TWG TEA, sans aucune licence ni autorisation de la part de Mariage Frères, offrent à la vente des produits et services qui sont couverts par nos enregistrements de marques et qui ne sont pas produits par Mariage frères ni par ses licenciés.*

*Ils démontrent en détail que TWG Tea a utilisé plusieurs de leurs trames narratives, descriptions de thé et menus protégés par des droits d'auteur, sur leurs catalogues de thé et menus sans notre permission. Les actes de TWG Tea consistent dans une utilisation non autorisée d'oeuvres protégées par le droit d'auteur dont est titulaire Mariage Frères et constituent donc des actes de contrefaçon de droit d'auteur contraires à la loi française sur le droit d'auteur.*

*Ils allèguent en outre que le projet de TWG Tea de devenir un acteur majeur dans le secteur du thé s'appuie en grande partie sur des éléments distinctifs de l'image de marque et notoriété de Mariage Frères et sur des informations confidentielles obtenues par Monsieur Bouqdib, qui a été recruté par The Wellness Group alors qu'il était encore salarié au sein de Mariage Frères.*

*Ils indiquent par ailleurs que les affirmations de Monsieur Bouqdib quant à ses compétences et toute autre information portant sur ses qualifications professionnelles, les postes antérieurement occupés*

*et sa formation sont totalement trompeuses.*

*A ce jour, Mariage Frères et Maison de Thé Mariage Frères évaluent leur préjudice à approximativement 50 millions d'euros, à parfaire pendant la procédure.*

*En conséquence, mes clients se réservent la possibilité de divulguer dans le monde entier au public, de quelque manière qu'ils jugent utile, et en particulier par voie de publicité, la procédure française en cours ainsi que toute condamnation éventuelle des sociétés, des auteurs de ces contrefaçons, leurs investisseurs et partenaires mondiaux.*

*Aussi, ayant appris que votre société a investi un montant important dans TWG Tea, mes clients m'ont instruit de vous informer en votre qualité de PDG d'une société cotée en bourse de la situation en cours.'*

Considérant que ces courriers sont adressés aux partenaires commerciaux de la société TWG Tea et que si les sociétés TWG Thaïlande, TWG Malaisie sont des sociétés franchisées, personnes morales distinctes, elles n'en appartiennent pas moins au même groupe que les sociétés The Wellness Group et TWG Tea et l'information donnée par ces courriers, qui reprend certains contenus de l'assignation, était connue ou censée être connue de ces sociétés ;

Qu'il en est de même de la société OSIM International Ltd qui est un actionnaire de la société TWG Tea et connaissait également à ce titre l'information donnée par ces courriers ;

Qu'il apparaît d'ailleurs que ces courriers n'ont entraîné aucune réaction de ces sociétés vis-à-vis de la société TWG Tea ;

Que c'est donc à bon droit que les premiers juges n'ont pas retenu le caractère dénigrant de ces courriers à l'égard de ces personnes ;

Qu'en revanche la société RSH Restaurants Ltd n'appartient pas au groupe TWG Tea et c'est à juste titre que les premiers juges ont dit que le contenu de ce courrier, dont elle n'avait pas à être destinataire, met en cause les compétences et les qualifications du dirigeant de la société TWG Tea, est alarmant compte tenu du chiffre du préjudice allégué et est menaçant pour ce franchisé en faisant allusion à la divulgation de la procédure en cours et aux conséquences sur les partenaires commerciaux de la société TWG Tea ;

Qu'il apparaît effectivement qu'après avoir reçu cette lettre, le responsable de la société RSH Restaurants Ltd a adressé le 03 janvier 2013 un courriel à M. Taha BOUQDIB s'alarmant de la situation et indiquant se sentir *'mal à l'aise au regard du contenu de cette lettre dans la mesure où ce litige aurait non seulement un impact direct sur la renommée et la réputation de la marque mais encore un effet négatif sur les opérations commerciales aussi bien à court qu'à long terme'*, exigeant *'une réponse officielle (...) assurant que cette procédure n'affectera pas ni n'impactera d'aucune manière nos relations commerciales actuelles et futures avec TWG Tea dans les Emirats Arabes Unis. Votre réponse sera transférée à l'avocat de M. Alabbar dans le cadre d'une procédure interne'* ;

Considérant que ces éléments confirment que le contenu du courrier ainsi adressé à la société RSH Restaurants Ltd constitue un dénigrement de la société TWG Tea ; que les premiers juges ont fait une correcte évaluation du préjudice qui en est résulté à la somme de 15.000 € du fait de l'atteinte ainsi portée à l'image de la société TWG Tea, en l'absence de tout autre élément établissant l'existence d'un préjudice économique ou financier ;

Qu'il n'y a pas lieu à y ajouter, à titre d'indemnisation complémentaire, une mesure d'interdiction sous astreinte de répéter les propos tenus dans la lettre du 30 octobre 2012 ;

Considérant en conséquence que le jugement entrepris sera confirmé en ce qu'il a dit que les sociétés Mariage Frères ont commis des actes de dénigrement, qu'il les ont condamnées *in solidum* à payer à la société TWG Tea la somme de 15.000 € en réparation du préjudice ainsi subi et rejeté les autres demandes au titre du dénigrement ;

#### VI : SUR LES MESURES RÉPARATRICES DES SEULS ACTES DE CONTREFAÇON RETENUS :

Considérant que les sociétés Mariage Frères réclament aux sociétés The Wellness Group et TWG Tea, la somme totale de 49.000.000 € de dommages et intérêts en réparation de la totalité des actes de contrefaçon de marques qu'elles invoquent ;

Qu'elles réclament en outre des mesures d'interdiction sous astreinte de faire usage des signes contrefaisants et en particulier d'utiliser les dénominations de thés qu'elles considèrent comme contrefaisants, de faire usage d'un millésime ancien sans lien avec la réalité, d'utiliser des termes en français proches ou similaires des leurs, de présenter des boîtes à l'ancienne, des flacons de thé, des thés en vrac, des modèles de théière identiques ou semblables aux leurs, d'ouvrir quelque établissement que de soit présentant des caractéristiques identiques ou similaires aux leurs, d'utiliser un chariot à desserts qui serait la copie servile de celui créé par elles, de copier leur carte gastronomique, pour l'ensemble du territoire français et de l'Union européenne ou pour tout élément accessible à partir du territoire français, telles que définies en pages 101 et 102 de leurs conclusions (auxquelles le présent arrêt se réfère expressément) et reprises à leur dispositif en pages 106 et 107 ;

Considérant que la société TWG Tea et M. Taha BOUQDIB répliquent que la SA Mariage Frères n'a subi aucun préjudice sur le territoire français, que ce soit directement ou par le biais de franchisés, les quantités vendues en Nouvelle-Calédonie étant marginales, alors surtout que ce n'est pas la société TWG Tea qui importe ces produits sur ce territoire mais le client ;

Qu'ils ajoutent que le seul préjudice invoqué serait une perte de chance de se développer à l'international et qu'en l'espèce il ne s'agit que d'une '*vue de l'esprit*' ;

Qu'en tout état de cause le montant réclamé par les sociétés Mariage Frères n'est pas justifié ;

Considérant ceci exposé qu'il sera rappelé que la cour, confirmant en cela le jugement entrepris tel que rectifié, ne retient que deux contrefaçons portant sur les marques 'PARIS-SINGAPOUR' n° 3 560 240 et 'SAKURA' n° 3 175 888 et que le préjudice subi de ce seul fait doit être évalué conformément aux dispositions de l'article L 716-14 du code de la propriété intellectuelle ;

Considérant qu'il sera en particulier souligné que les actes de contrefaçon ont nécessairement causé à la SA Mariage Frères un préjudice moral du fait de l'avilissement ainsi apporté à ces deux marques ; qu'en ce qui concerne les préjudice d'ordre économique, il convient de relever que ces actes n'ont pu être commis qu'outre-mer, à la Réunion et en Nouvelle-Calédonie, seules parties du territoire national concernées par le site marchand <[www.twgtea.com](http://www.twgtea.com)> ainsi qu'analysé précédemment ;

Considérant qu'en fonction de ces éléments c'est à juste titre que les premiers juges ont évalué les préjudices ainsi subis à la somme de 3.000 € pour chacune des deux marques contrefaites, alloués à la seule SA Mariage Frères en l'absence de preuve d'une commercialisation effective de thés sous ces marques ;

Considérant que le jugement entrepris sera donc confirmé en ce qu'il a condamné la société TWG Tea à payer à la SA Mariage Frères deux fois 3.000 € en réparation des préjudices résultant des actes de contrefaçon et fait interdiction à cette société d'exploiter à destination du public français des produits sous les dénominations 'Paris Singapore Tea' et 'Sakura Sakura Tea !' ou 'Sakura', ce sans mesure d'astreinte ;

Considérant que c'est également en tenant compte du caractère limité de ces contrefaçons que les premiers juges n'ont pas fait droit aux demandes au titre du droit d'information ;

## VII : SUR LES AUTRES DEMANDES :

Considérant que les sociétés Mariage Frères reprennent devant la cour leur demande en dommages et intérêts à l'encontre de M. Robert MIZRAHI pour procédure abusive du fait des deux saisies contrefaçon qu'elles qualifient de '*superflues*' effectuées '*en cours d'audience*' (sic), quatre ans après l'assignation ;

Considérant que M. Robert MIZRAHI réplique qu'il a été autorisé par ordonnance du 30 janvier 2012 à faire effectuer une saisie-contrefaçon dans les locaux des sociétés Mariage Frères et que les opérations de saisie-contrefaçon qui ont eu lieu le 07 février 2012 n'ont nullement été réalisées dans des conditions vexatoires ou de nature à porter atteinte à l'image des sociétés Mariage Frères ;

Considérant qu'il ressort de la lecture du procès-verbal de saisie-contrefaçon que celle-ci s'est déroulée dans des conditions normales, conformément à l'ordonnance autorisant celle-ci, étant observé qu'il n'est pas présenté de demande en annulation de ce procès-verbal ;

Qu'il apparaît que ces opérations, qui n'avaient rien de '*suspectes et infamantes*' se sont déroulées de 11 h 35 à 18 h, et non pas 20 h 30 comme le soutiennent les sociétés Mariage Frères et qu'il n'est nullement démontré que ces opérations auraient provoqué un '*affolement*' au sein du personnel et du '*désordre*' amenant les clients présents à prendre la fuite '*petit à petit*' ;

Que le simple fait de succomber à une action en justice n'est pas en soi fautif, une partie pouvant légitimement se méprendre sur l'étendue de ses droits, de telle sorte qu'il n'est pas démontré que M. Robert MIZRAHI aurait fait dégénérer en abus son droit de présenter des demandes en justice ;

Considérant en conséquence que le jugement entrepris sera confirmé en ce qu'il a débouté les sociétés Mariage Frères de leur demande en dommages et intérêts pour procédure abusive à l'encontre de M. Robert MIZRAHI ;

Considérant que dans la mesure où le jugement entrepris est confirmé dans la quasi-totalité de ses dispositions et où les sociétés Mariage Frères n'obtiennent que très partiellement gain de cause et sont elles-mêmes condamnées pour dénigrement, il n'y a pas lieu d'ordonner, à titre de mesure réparatrice, la publication judiciaire du présent arrêt ;

Considérant que dans la mesure où le jugement entrepris est également confirmé en ce qu'il a statué à l'égard de M. Robert MIZRAHI qui est notamment débouté de ses demandes fondées sur le droit d'auteur, il n'y a pas lieu d'ordonner, à titre de mesure réparatrice, la publication judiciaire du présent arrêt ;

Que pour les mêmes motifs, le jugement entrepris sera confirmé en ce qu'il a débouté les parties de leurs demandes respectives de publication judiciaire du jugement ;

Considérant qu'aucune raison tirée de l'équité ne commande le prononcé de condamnations au paiement des frais exposés en cause d'appel et non compris dans les dépens, le jugement entrepris étant par ailleurs confirmé en ce qu'il a statué sur les frais irrépétibles de première instance ;

Considérant que dans la mesure où le jugement entrepris est confirmé dans la quasi-totalité de ses dispositions, les chefs d'infirmité ne portant que sur des points secondaires, et où les parties sont donc perdantes en la quasi-totalité de leurs appels respectifs tant principaux qu'incidents, il sera jugé que chacune des parties conservera la charge de ses propres dépens d'appel, le jugement entrepris étant par ailleurs confirmé en ce qu'il a statué sur la charge des dépens de la procédure de première

instance ;

## **PARCEMOTIFS**

La Cour, statuant publiquement, par arrêt de défaut ;

**Confirme** le jugement entrepris prononcé le 15 novembre 2013 par le tribunal de grande instance de Paris et rectifié par jugement du 10 janvier 2014, sauf en ce qu'il a :

- prononcé la déchéance des droits de la SA Mariage Frères sur les marques 'FRENCH BREAKFAST TEA' n° 01 3 081 912 et 'THAÏ ORCHID' n° 3 149 637 dont elle est titulaire, pour les '*thés et boissons à base de thé*',
- fixé à la date du 01 juillet 2008 la prise d'effet de la déchéance des droits de la SA Mariage Frères sur la marque 'FRENCH TEA' n° 3 063 213 dont elle est titulaire, pour les '*thés et boissons à base de thé*',
- déclaré irrecevables les demandes en contrefaçon de la SA Mariage Frères fondées sur les marques 'FRENCH BREAKFAST TEA' n° 01 3 081 912 et 'THAÏ ORCHID' n° 3 149 637 dont elle est titulaire, pour les '*thés et boissons à base de thé*' ;

**Infirmant** et statuant à nouveau de ces chefs et y ajoutant :

**Déboute** la société TWG Tea et M. Taha BOUQDIB de leur demande en irrecevabilité des demandes des sociétés Mariage Frères et Maisons de Thé Mariage Frères fondées sur 120 noms de thés prétendument imités par la société TWG Tea ;

**Déboute** M. Robert MIZRAHI de ses demandes en déchéance des droits de la SA Mariage Frères sur les marques 'FRENCH BREAKFAST TEA' n° 01 3 081 912 et 'THAÏ ORCHID' n° 3 149 637 dont elle est titulaire ;

**Dit** que la déchéance des droits de la SA Mariage Frères sur la marque 'FRENCH TEA' n° 3 063 213 dont elle est titulaire, pour les '*thés et boissons à base de thé*' prend effet à compter du 15 décembre 2005 ;

**Déboute** les sociétés Mariage Frères et Maisons de Thé Mariage Frères de l'ensemble de leurs demandes en contrefaçon fondées sur les marques 'FRENCH BREAKFAST TEA' n° 01 3 081 912 et 'THAÏ ORCHID' n° 3 149 637 dont la SA Mariage Frères est titulaire, pour les '*thés et boissons à base de thé*', formulées à l'encontre de M. Robert MIZRAHI et des sociétés The Wellness Group et TWG Tea ;

**Déclare** irrecevable la demande en contrefaçon de la marque 'MAORI BLUE' n° 3 934 122 présentée pour la première fois en cause d'appel par les sociétés Mariage Frères et Maisons de Thé Mariage Frères ;

**Déboute** en tant que de besoin les sociétés Mariage Frères et Maisons de Thé Mariage Frères du surplus de leurs demandes ;

**Déboute** M. Robert MIZRAHI de sa demande en nullité, sur le fondement du dépôt frauduleux, des enregistrements des marques semi-figuratives françaises 'FRENCH BREAKFAST TEA' n° 4 051 130, 'FRENCH TEA' n° 4 051 150 et 'THAÏ ORCHID' n° 4 051 119 et en retrait de la marque verbale 'FRENCH TEA CLUB' n° 4 050 445 dont la SA Mariage Frères est titulaire ;

**Déboute** les sociétés Mariage Frères et Maisons de Thé Mariage Frères d'une part et M. Robert

MIZRAHI d'autre part de leurs demandes respectives de publication judiciaire du présent arrêt ;

**Déboute** en tant que de besoin M. Robert MIZRAHI d'une part et la société TWG Tea et M. Taha BOUQDIB d'autre part du surplus de leurs demandes ;

**Dit** n'y avoir lieu à prononcer de condamnations au titre des frais exposés en cause d'appel et non compris dans les dépens ;

**Dit** que chacune des parties conservera la charge de ses propres dépens d'appel, lesquels seront recouvrés conformément aux dispositions de l'article 699 du code de procédure civile.

LE PRÉSIDENT LE GREFFIER