

**TRIBUNAL
D E GRANDE
INSTANCE
DE PARIS**

3ème chambre 4^{ème} section
N° RG : 11/05908

Assignation du 06 Avril 2011
JUGEMENT rendu le 01 Mars 2012

DEMANDERESSE

ANAIIS CONCEPT
22 rue Saint-Augustin
75002 PARIS

Représentée par Me Olivier HUGOT de l'Association HUGOTAVOCATS, avocat au barreau de PARIS, vestiaire #C2501

DÉFENDERESSE

Société PRINTEMPS
102 rue de Provence
75009 PARIS

Représentée par Me YVES GAUBIAC de la SCP KIMBROUGH & ASSOCIES, avocat au barreau de PARIS, vestiaire K0015

COMPOSITION DU TRIBUNAL

Marie-Claude HERVE, Vice-Présidente
Laure COMTE, Juge
Rémy MONCORGE, Juge, assistés de Katia CARDINALE, Greffier

DEBATS

A l'audience du 18 Janvier 2012 tenue publiquement

JUGEMENT

Rendu par Rémy MONCORGE, Juge assisté de Katia CARDINALE. Marie-Claude HERVE étant empêchée par mise à disposition au greffe. Contradictoirement en premier ressort

FAITS ET PROCEDURE

La société Anais Concept (ci-après Anais) expose que, de 2005 à 2009, elle a réalisé douze éditions du magazine du Printemps, initialement en qualité de prestataire des sociétés Mondadori/Excelsior et Mixte, puis directement à compter de 2007. Elle indique que sur les 12 magazines qu'elle a réalisés, dont le thème est toujours fixé par le Printemps, seules trois éditions ont fait l'objet d'un appel d'offre. Elle précise que la clientèle du Printemps a représenté en moyenne 25 % de son chiffre d'affaires annuel de 2007 à 2010, soit environ 280.000 €. En décembre 2009, le Printemps a réalisé un appel d'offre appelé "Printemps Brief

Edition Compétition Novembre 2010 - décembre 2009" en vue de choisir le futur prestataire en charge de la conception de l'intégralité de ses catalogues pour l'année 2010 (soit 7 à 9 éditions) et de la création d'une charte graphique, les catalogues Printemps ne disposant d'aucune identité visuelle stable.

La société Anais a répondu à cet appel d'offre en communiquant au Printemps ses réflexions sur le renouveau de l'enseigne sur le thème de la Renaissance, une étude centrée autour de la femme parisienne, ses recommandations stratégiques, des propositions de créations déclinées en sept éditions harmonisées par une charte graphique et une mise en scène photographique. En décembre 2009, le Printemps a par ailleurs demandé à la société Anais de réaliser l'édition "Grand Opening" intitulée "Histoire d'Elégance", c'est-à-dire la première édition de l'année 2010 qui a été publiée en février/mars 2010. La société Anais indique que cette édition "Grand Opening" se distingue par l'originalité de son identité graphique et que cette création graphique est éligible à la protection par le droit d'auteur. En avril 2010, le Printemps aurait renoncé à ne faire appel qu'à une seule agence de communication pour l'ensemble de ses catalogues de l'année 2010 et souhaité acquérir les droits d'exploitation de la charte graphique conçue par la société Anais, mais elle n'aurait pas donné suite à ce projet, ainsi qu'il ressort d'un email du 9 avril 2010.

La collaboration entre la société Anais et le Printemps a pris fin en avril 2010 et l'enseigne a fait appel à d'autres prestataires pour la réalisation des éditions suivantes de son magazine.

La société Anais précise qu'à l'issue de cette collaboration, le Printemps a continué à exploiter sans son autorisation la charte graphique qu'elle a créée et qu'au moins neuf éditions postérieures à l'édition "Grand Opening" reproduisent cette charte graphique en violation de ses droits d'auteur.

Par acte en date du 6 avril 2011, la société Anais a fait assigner la société Printemps devant ce tribunal à la fois sur le fondement de la contrefaçon de sa création graphique, du parasitisme et de la rupture brutale de leurs relations contractuelles. Dans ses dernières conclusions du 12 janvier 2012, elle fait valoir, en substance, que les éditions du magazine Printemps postérieures à la rupture reprennent plusieurs éléments de la charte graphique qu'elle a créée pour l'édition "Grand Opening", et notamment les filets noirs en haut en bas des pages, le fond blanc, les polices en noir et rose et le mélange de rose et de noir dans les titres. Elle soutient que la charte graphique qu'elle a conçue pour le numéro "Histoire d'Elégance" du magazine Printemps de février/mars 2010 est originale et protégeable par le droit d'auteur. Elle précise qu'elle n'a consenti aucune cession en vue de l'exploitation des droits d'auteur qu'elle détient sur cette charte graphique. Elle en conclut que la reprise par le Printemps des caractéristiques essentielles qui fondent l'originalité de la charte graphique au sein de ses catalogues constitue des actes de contrefaçon.

Par ailleurs, la société Anais fait valoir que la défenderesse a commis des faits distincts de parasitisme en reprenant sans bourse délier les propositions qu'elle avait faites dans sa réponse à la compétition lancée par le Printemps en décembre 2009 sur le thème de la Renaissance et des "Cabinets de curiosités".

A titre subsidiaire, si le tribunal devait considérer que la contrefaçon n'est pas établie, elle soutient que la défenderesse a commis des actes de parasitisme en pillant sa charte graphique pour la décliner dans ses magazines postérieurs au mois d'avril 2010. En outre, elle fait valoir que la société Printemps a rompu brutalement et sans préavis les relations commerciales

établies qu'elle entretenait avec elle depuis septembre 2005, sur le fondement de l'article L. 442-6 du code de commerce.

Par conclusions du 16 décembre 2011, la société Printemps rappelle que, sur une période de 4 ans qui représente environ l'édition de 25 magazines, la société Anais n'en a conçu et réalisé que cinq entre avril/mai 2007 et février 2010. Elle indique que le courriel précité du 9 avril 2010 ne mettait pas un terme à sa collaboration dans le futur avec la demanderesse qui, en ce qui la concerne, avait d'ailleurs accepté sans difficulté que ce partenariat puisse prendre fin dans un mail du 30 mars 2010.

Elle précise avoir réellement procédé à des appels d'offre pour la conception et la réalisation de ses magazines. Dans ce contexte, elle fait valoir, d'une part, qu'aucune relation commerciale établie n'a existé entre les parties compte tenu de la précarité de cette relation qui ne s'inscrivait pas dans le cadre d'un accord et/ou d'une garantie de chiffre d'affaires sur une période prédéterminée et qu'il n'y donc pas eu de rupture brutale de ces relations qui lui soit imputable, les prestations de la société Anais ayant toujours été effectuées dans le cadre forcément aléatoire d'appels d'offre.

D'autre part, elle fait valoir que la prétendue charte graphique invoquée par la demanderesse n'est pas protégeable par le droit d'auteur faute d'originalité, contrairement à la véritable charte graphique réalisée en mars 2011 par la société Dimitri Maj qui définit avec précision les éléments de la composition de la page. En tout état de cause, elle soutient qu'il ressort de l'analyse des magazines incriminés qu'aucune reproduction à l'identique de la charte graphique invoquée par la société Anais n'a été effectuée par le Printemps et que le grief de contrefaçon n'est pas établi, étant observé que la demanderesse ne revendique aucun droit sur les illustrations et que les gabarits (ossature de la mise en page) structurés en colonnes, chacune séparée de gouttières, sont différents.

Par ailleurs, la société Printemps conteste tout acte de parasitisme, la référence au thème de la Renaissance relevant de l'idée qui est de libre parcours et ayant été suggérée à la société Anais par les documents qu'elle lui a fournis et par un article du Figaro. Elle forme des demandes reconventionnelles au titre à la fois de la contrefaçon de la marque "Printemps", de la reproduction non autorisée du nom commercial et de la dénomination sociale "Printemps" sur le site internet de la demanderesse et du parasitisme commercial pour utilisation illégitime par cette dernière de sa notoriété.

MOTIFS

Sur la rupture brutale de relations commerciales établies

Il est établi que la société Printemps procède parfois, pour attribuer la conception de ses magazines, à une mise en compétition de plusieurs agences de communication par le biais d'une procédure d'appel d'offres. Il est également établi que la société Printemps fait appel de manière régulière à différents prestataires pour l'édition de ses magazines tels que les sociétés Dimitri Maj (depuis 2008), l'Etoile Rouge (depuis 2006) et Factory Editions (depuis 2005). Il est constant que la société Anais a réalisé directement cinq magazines pour le Printemps, d'avril/mai 2007 (n° 32) à février/mars 2010 mais que, pendant cette période, la société Printemps a édité environ 25 magazines. Il est également constant que, s'il est exact que la société Printemps ne recourait pas systématiquement à une mise en compétition entre différentes agences pour l'édition de ses magazines, deux des éditions qui ont été

finalement attribuées à la société Anais ont bien fait l'objet d'un appel d'offres, à savoir le numéro intitulé "Noël rêve cosmique" d'octobre 2008 et le numéro "Histoire d'élégance" de février/mars 2010. Il en résulte qu'aucune agence ne détenait un "droit acquis" à la réalisation d'un certain nombre de magazines par an et que le fait de réaliser un magazine n'avait aucune conséquence sur l'attribution des suivants. Par ailleurs, force est de constater qu'à la suite de la réalisation par la demanderesse de l'édition "Histoire d'élégance", cette dernière a, par un email du 30 mars 2010, pris acte du fait qu'elle n'était pas retenue pour réaliser l'ensemble des éditions 2010 du magazine Printemps en indiquant "de mon côté, je boucle avant de partir de notre partenariat dans lequel je me suis beaucoup investie, j'espère qu'il vous apportera une entière satisfaction" et que, par email du 9 avril 2010, le Printemps lui a notamment répondu : "Actuellement, nous travaillons sur les 2 éditions Mode Femme et Homme de septembre ainsi que sur le projet de Noël. Je n'ai pas de visibilité sur nos éventuelles futures collaborations mais je ne manquerai pas de revenir vers toi dès que possible".

Par conséquent, aucune rupture, à fortiori brutale, n'a été notifiée par la société Printemps à la société Anais puisqu'une collaboration dans le futur entre les deux entreprises restait parfaitement possible, d'une part, et aucune relation commerciale établie au sens de l'article L. 442-6 du code de commerce ne peut être caractérisée en l'espèce dès lors que les prestations de la société Anais ont été ponctuelles sans que soit prévue la moindre garantie de chiffre d'affaires ou d'exclusivité et qu'au moins deux d'entre elles se sont inscrites dans le cadre d'appels d'offres, ce qui conférerait nécessairement un caractère aléatoire et précaire à ces relations, d'autre part.

Dans ces conditions, il convient de débouter la société Anais de sa demande à ce titre.

Sur la protection de la charte graphique par le droit d'auteur

La société Printemps a procédé en décembre 2009 à une compétition entre agences intitulée "Printemps Brief Edition Compétition Agences novembre 2009" en vue de choisir celle qui réalisera un nouveau concept d'édition de magazine. Ce document résume les objectifs du Printemps, à savoir "créer un principe d'édition ambassadeur de l'identité Printemps à travers notamment une DA pertinente et forte, un choix de photographies/modèles adaptés au type d'édition, un vrai travail rédactionnel clair et efficace et construire une identité unique d'édition à travers trois types de prises de parole, éditions promotionnelles, éditions thématiques -opérations commerciales, éditions mono-marchés".

La société Anais a répondu à l'appel d'offres en adressant au Printemps un document qui comprend un axe de réflexion autour du concept de "révolution par tradition" et de la thématique du cabinet de curiosité "pour une idée de rareté, de sélectivité et de subjectivité", des axes de repositionnement autour de l'élégance de la femme "parisienne" et des propositions de création pour la couverture du magazine, une ligne graphique claire, un nouveau ton bilingue, un chemin de fer fluide qui doit déclencher l'achat d'impulsion.

L'offre de la société Anais n'a été retenue que pour l'édition du numéro de février/mars 2010 intitulée "Grand Opening - Histoire d'élégance". Elle fait valoir que la charte graphique qu'elle a conçue pour cette édition est originale et protégeable par le droit d'auteur. Cette originalité serait caractérisée par :

-les pages éditoriales Printemps qui sont toutes sur un fond blanc duquel ressortent en noir ou rose les polices (en gras ou italique) :

Sur ce point, force est de constater que le "fond blanc" se retrouve notamment dans des affiches éditées par le Printemps (hiver, printemps, été 2008, été 2009) et dans la revue l'Officiel n° 921 édités antérieurement "Histoire d'élégance".

-les polices noirs ou roses (magenta) et le mélange des couleurs rouge et noir dans les titres : Le Printemps fait observer à juste titre que le magenta figure dans sa signature et qu'il a été utilisé avant décembre 2009 dans le "Brief Compétition" de 2009, associé aux autres caractères, noirs ou gris, étant ajouté qu'on retrouve ces couleurs dans le magazine "Printemps Joyeux Noël 2009" réalisé par la société Anais.

-les filets noirs :

Il est établi que ces filets noirs situés en haut et en bas de la page se retrouvent dans le catalogue des Galeries Lafayette Collection Femme Automne/hiver 2010 (pages 34 à 45), dans la revue l'Officiel n° 921 (déc/janvier 2007/2008 en pages 60, 62, 66) et dans une édition du magazine Egoïste de 1996 n° 13, étant ajouté que les filets noirs revendiqués par la société Anais ne sont pas définis dans leur épaisseur, dans leur nombre et par l'espace entre les lignes.

-le point rose :

Ce signe graphique qui suit le numéro de la page est original mais il n'a été utilisé postérieurement que dans l'encart "Nouvel espace homme Printemps Parly" qui se trouve dans le magazine "Printemps Loves New York" de septembre 2010 pour séparer des noms de marque.

-la désignation en gras et noir en haut à droite des rubriques :

Sur ce point, les catalogues des Galeries Lafayette produits par le Printemps sont postérieurs au magazine "Histoire d'élégance" mais la revue l'Officiel n° 921, qui est antérieure, comporte bien la désignation en gras et noir en haut à gauche des rubriques, la défenderesse faisant observer à juste titre que les polices des caractères typographiques ne sont pas précisément définies.

-la superposition des photographies des produits sur les filets noirs :

Il apparaît que des photographies de produits superposés sur les filets noirs se rencontrent dans d'autres magazines, comme dans celui des Galeries Lafayette Automne-Hiver 2010 et dans la revue l'Officiel n° 921.

-les dessins de silhouettes en dégradés de gris et rose : Il est constant que la société Anais ne revendique pas de droits d'auteur sur les illustrations, mais uniquement sur les sacs placés au pied de la silhouette.

Il résulte de ce qui précède que, même combinés, les éléments graphiques susvisés que la société Anais qualifie de charte graphique ne sont pas éligibles à la protection par le droit d'auteur faute d'originalité, étant ajouté que la société Printemps produit une charte graphique élaborée par la société Dimitri Maj en mars 2011 qui, en ce qui la concerne, définit avec toute la précision requise les caractéristiques techniques de sa création. Par conséquent, la société Anais sera déclarée irrecevable à agir sur le fondement du droit d'auteur.

Sur le parasitisme

Sur la reprise de la charte graphique

Il est acquis que les illustrations sont réalisées par un illustrateur de la société Printemps et que la société Anais ne les revendique pas et que la couleur magenta avec le noir et le gris est une couleur propre à l'enseigne que la demanderesse a simplement reprise et qui est d'ailleurs utilisée dans le "brief édition Compétition novembre 2009" émis par la société Printemps. Par ailleurs, il résulte de la comparaison du magazine "Grand Opening" et des magazines postérieurs édités par le Printemps et réalisés par d'autres prestataires que les filets noirs qui

encadrent les textes et les illustrations en haut et en bas de page ne comportent pas la même épaisseur ni le même nombre de traits, que le bilinguisme n'est pas repris, que le point rose à côté du numéro de page n'est pas reproduit, que les polices de caractères ne sont pas les mêmes s'agissant notamment des titres et que la disposition des textes est différente, les seuls points communs étant en définitive la superposition de photographies sur les filets noirs, les polices noirs et magenta et le fond blanc qu'on retrouve dans de nombreux magazines.

Dans ces conditions, aucun "pillage" des éléments graphiques figurant dans le magazine "Histoire d'élégance" réalisé par la société Anais constitutif de parasitisme ne peut être reproché à la société Printemps qui n'a pas reproduit ces éléments à l'identique dans ses magazines ultérieurs et qui a fait appel à d'autres prestataires, dont la société Dimitri Maj, laquelle a édité sa propre charte graphique en mars 2011.

Sur la reprise du thème de la Renaissance

La société Anais reproche à la société Printemps d'avoir repris le thème de la Renaissance et du cabinet de curiosités qu'elle avait proposé dans son dossier de soumission à l'appel d'offres présenté au Printemps en décembre 2009 dans l'édition de Noël 2010 conçue et réalisée par la société Divali Communication (page 96). Cependant, s'il est établi que la demanderesse a évoqué le thème de la Renaissance et du cabinet de curiosités dans sa réponse à l'appel d'offres du Printemps de décembre 2009, ce n'était qu'une piste de réflexion à partir de l'histoire de l'enseigne qui avait créé en 1912 des ateliers artisanaux dans la tradition des chambres des merveilles de la Renaissance, étant ajouté que ce thème, que la société Anais ne peut s'approprier, ne constitue pas l'axe de communication de l'édition Printemps Noël 2010 et qu'il n'est abordé qu'en page 96 de ce magazine. Dans ces conditions, aucune faute constitutive de parasitisme ne sera retenue à rencontre de la société Printemps à ce titre.

Sur les demandes reconventionnelles

La société Printemps reproche à la société Anais d'avoir reproduit la marque française "Printemps" n° 93469236 dont elle est titulaire sur son site internet anaisconcept.com, ainsi qu'il ressort d'un procès-verbal de constat de Me Denis du 21 avril 2011, à des fins commerciales, associée à d'autres marques, sans son autorisation. A cet égard, la société Printemps ne justifie pas dans les pièces qu'elle verse aux débats du caractère renommé de sa marque, de sorte que l'article L. 713-5 du code de la propriété intellectuelle ne peut trouver application en l'espèce. Cependant, dès lors que les produits et services proposés par la société Anais sont identiques à certains de ceux désignés dans l'enregistrement de la marque "Printemps", laquelle couvre notamment la publicité, la reproduction de cette marque sur le site de la demanderesse constitue bien un acte de contrefaçon, par application de l'article L. 713-2 du code de la propriété intellectuelle. Cet acte de contrefaçon n'a causé qu'un préjudice très limité à la société Printemps qui sera réparé par l'allocation de la somme de 1.000 € à titre de dommages et intérêts.

Par ailleurs, le Printemps est également le nom commercial et la dénomination sociale de la société éponyme. La société Printemps fait grief à la demanderesse d'avoir reproduit son nom commercial sur son site internet dans le but de promouvoir sa propre image et de profiter de sa notoriété. Toutefois, la société Anais fait observer à juste titre qu'il est d'usage que les agences de communication fassent mention de leur clientèle sur leurs plaquettes à titre de référence, peu important que les relations commerciales aient pu cesser entre elles dans

l'intervalle. Par conséquent, aucune faute ne peut être retenue à l'encontre de la société Anais et la défenderesse sera déboutée de ses demandes reconventionnelles à ce double titre.

L'équité commande l'allocation à la société Printemps de la somme de 5.000 € par application de l'article 700 du code de procédure civile.

PAR CES MOTIFS

Le tribunal, statuant par jugement déposé au greffe, contradictoire et en premier ressort,

Déboute la société Anais Concept de sa demande au titre de la rupture brutale de relations commerciales établies.

Déclare la société Anais Concept irrecevable en sa demande sur le fondement du droit d'auteur.

Déboute la société Anais Concept de sa demande sur le fondement du parasitisme.

Sur les demandes reconventionnelles

Condamne la société Anais Concept à payer à la société Printemps la somme de 1.000 € à titre de dommages et intérêts pour contrefaçon de la marque française "Printemps" n° 93469236 dont elle est titulaire.

Déboute la société Printemps de ses demandes au titre de la reproduction de son nom commercial et du parasitisme.

Condamne la société Anais Concept à payer à la société Printemps la somme de 5.000 € par application de l'article 700 du code de procédure civile.

La condamne aux dépens de l'instance dont distraction au profit de la SELAS Kimbrough & Associés par application de l'article 699 du code de procédure civile.

Fait et jugé à Paris le 01 Mars 2012

LE GREFFIER
LE PRESIDENT