

**TRIBUNAL
DE GRANDE
INSTANCE
DE PARIS**

3ème chambre 1ère
section

N° RG : 12/01485

N° MINUTE : 2

JUGEMENT
rendu le 10 Octobre 2013

DEMANDERESSE

Société MEETIC, SA
66 route de la Reine
92100 BOULOGNE BILLANCOURT

représentée par Me Claire JARLAUD-LANG, avocat au barreau de
PARIS, vestiaire #B0264

DÉFENDERESSE

Société SAMADHI, SAS
38 rue de Servan
75544 PARIS CEDEX 11

représentée par Me Angélique VIBERT, avocat au barreau de PARIS,
vestiaire #R234

COMPOSITION DU TRIBUNAL

Marie-Christine COURBOULAY, Vice Présidente
Thérèse ANDRIEU, Vice Présidente
Mélanie BESSAUD, Juge

assistées de Léoncia BELLON, Greffier

DÉBATS

A l'audience du 02 Juillet 2013 tenue publiquement devant Marie-Christine COURBOULAY, Thérèse ANDRIEU, juges rapporteurs, qui, sans opposition des avocats, ont tenu seules l'audience, et, après avoir entendu les conseils des parties, en ont rendu compte au Tribunal, conformément aux dispositions de l'article 786 du Code de Procédure Civile

Expéditions
exécutoires
délivrées le: 11/10/13

JUGEMENT

Prononcé par mise à disposition au greffe
Contradictoirement
en premier ressort

FAITS ET PROCÉDURE

La société MEETIC a pour activité la rencontre sur internet et ce à travers le site internet MEETIC dont elle est propriétaire et éditrice et qu'elle exploite depuis 2001.

Le 5 mars 2009, elle a annoncé le lancement de son nouveau site de rencontre accessible à l'adresse meeticvip.fr .

La société SAMADHI a également pour activité la rencontre sur internet, et ce à travers le site internet attractiveworld dont elle est propriétaire et éditrice .

Les deux sociétés sont donc en situation de concurrence quelque soit le "concept" utilisé pour l'inscription des abonnés : inscription simple ou cooptation.

La société SAMADHI a déposé le 17 novembre 2009 auprès de l'INPI la marque complexe «ATTRACTIVEWORLD pour célibataires exigeants», marque qui a été enregistrée le 23 avril 2010 aux fins de désigner les produits et services des classes 38, 39, 41 et 45.

Par courrier recommandé avec accusé de réception du 30 novembre 2011, la société MEETIC a fait mettre en demeure la société SAMADHI de cesser l'utilisation des termes «célibataires exigeants» dans ses opérations publicitaires sur le net et de sponsoring télévisé.

Par exploit d'huissier du 10 janvier 2012, la société MEETIC a fait assigner la société SAMADHI devant le tribunal de grande instance de Paris aux fins d'obtenir la nullité partielle de la marque «ATTRACTIVEWORLD pour célibataires exigeants » et lui interdire l'utilisation des termes «pour célibataires exigeants » sous quelque forme que ce soit en tant que marque.

Dans ses dernières conclusions du 19 mars 2013, la société MEETIC a demandé au tribunal de :

Déclarer recevable et bien fondée la société MEETIC en toutes ses demandes, moyens et prétentions.

Y faire droit.

Déclarer irrecevable et non fondée la Société SAMADHI en toutes ses demandes, moyens et prétentions.

L'en débouter.

Prononcer la nullité partielle de la marque au regard de l'adjonction des termes « pour célibataires exigeants » du fait du caractère descriptif et générique ou à défaut de la dégénérescence de la marque du fait de l'utilisation de ces termes.

En tout état de cause,

Prononcer dégénérescence de la marque du fait de la société SAMADHI.

Interdire à la société SAMADHI l'utilisation des termes «pour célibataires exigeants » sous quelque forme que ce soit en tant que marque.

Ordonner à la société SAMADHI de faire toutes démarches auprès de l'INPI et de l'ensemble des chaînes de télévision pour retirer des publicités le terme «pour célibataires exigeants » et ce sous astreinte de 1 000 euros par jour à compter du prononcé de la décision à intervenir.
Condamner la société SAMADHI pour ses vignettes publicitaires comme se prétendant « le leader de la rencontre haut de gamme » sans en faire la démonstration.

Ordonner la publication de la décision à intervenir à l'encontre de la société SAMADHI.

Condamner la société SAMADHI pour concurrence déloyale et parasitaire du fait de l'utilisation des termes « pour célibataires exigeants » à une somme de 500 000 euros à titre de dommages et intérêts, la Société MEETIC n'ayant pu développer et faire la promotion de son site « MEETIC VIP ».

Ordonner la publication de la décision à intervenir au frais de la société SAMADHI sur son site internet accessible à l'adresse AttractiveWorld et pour l'ensemble des autres adresses concernées par la présente et dans la langue de chaque pays, en son intégralité ou par extrait en partie supérieure de la page d'accueil desdits sites en caractère Times New Roman de taille 12 , de couleur noir et sur fond blanc, en dehors de tout encart publicitaire, avec comme titre « communiqué judiciaire » en taille 14, et ce, pour une période de 30 jours continu et dans un délai de 48 h à compter de la signification du jugement à intervenir, et ce, sous astreinte de 1.000 euros par jour de retard.

Réserver la liquidation de l'astreinte,

Ordonner l'exécution provisoire de la décision à intervenir nonobstant toute voie de recours et ce sans caution ou constitution de garantie.

Condamner la société SAMADHI en tous les dépens et notamment les frais de constat en application de l'article 699 du code de procédure civile qui en a fait l'avance sans en avoir reçu provision,

Condamner la société SAMADHI à verser à la société MEETIC une somme de 20.000 euros au titre de l'article 700 du code de procédure civile.

Dans ses dernières conclusions du 12 novembre 2012, la société SAMADHI a demandé au tribunal de :

Débouter la société MEETIC de l'intégralité de ses demandes, fins et conclusions ;

Constater que le comportement fautif de MEETIC à l'encontre de SAMADHI a causé à cette dernière un préjudice ;

Prononcer la déchéance de la société MEETIC de ses droits sur les marques MEETIC n°3135237 et n° 3426001 précitées ;

Condamner la société MEETIC au paiement de la somme de 100.000 euros à titre des dommages et intérêts ;

Condamner la société MEETIC au paiement de la somme de 10.000 euros au titre de l'article 700 du code de procédure civile ;

Condamner la société MEETIC aux entiers dépens.

La clôture a été prononcée le 4 juin 2013.

15

MOTIFS

sur la nullité de la marque n° 3 691 765.

La société MEETIC forme une demande de nullité partielle de la marque complexe n° 3 691 765 "ATTRACTIVE WORLD pour célibataires exigeants" au motif qu'elle avait employé précédemment la locution « pour célibataires exigeants » et qu'elle avait donc des droits sur cette locution, droits connus de sa concurrente et que la locution "pour célibataires exigeants" serait devenue générique du fait de l'usage intensif qui en a été fait.

La société SAMADHI conteste que la société MEETIC ait des droits antérieurs sur cette locution, rappelle que sa marque est une marque complexe et que la demande de nullité partielle n'existe pas en droit des marques.

Enfin, elle dénie que la locution "pour célibataires exigeants" soit devenue une désignation générique d'un site de rencontres sur internet.

A titre liminaire, il sera relevé avec la société SAMADHI que la demande de nullité partielle de la marque complexe n° 3 691 765 "ATTRACTIVE WORLD pour célibataires exigeants" est mal fondée car une marque ne peut être annulée partiellement. Elle est soit valable soit nulle.

A titre surabondant les deux moyens de nullité seront examinés.

Sur le dépôt frauduleux

L'article L 712-6 du Code de la propriété intellectuelle dispose :
"Si un enregistrement a été demandé soit en fraude des droits d'un tiers, soit en violation d'une obligation légale ou conventionnelle, la personne qui estime avoir un droit sur la marque peut en revendiquer sa propriété en justice."

Ainsi, la personne qui estime qu'un enregistrement a été demandé en fraude de ses droits doit d'abord déterminer la nature des droits qu'elle détient et ensuite que le titulaire de la marque critiquée connaissait ses droits.

En l'espèce, la société MEETIC prétend avoir des droits sur le slogan "pour célibataires exigeants" mais pour établir ce fait, elle ne verse au débat qu'une seule pièce qui est une capture d'écran réalisée le 3 janvier 2012 et contenant une annonce publicitaire sur Google indiquant : «Meetic VIP est le nouvel espace de rencontres sélect et privé, dédié aux célibataires exigeants et modernes ».

Cette simple capture d'écran ne démontre pas que la société MEETIC a utilisé cette locution comme slogan, qu'elle a développé des investissements substantiels pour se faire connaître à travers cette image et qu'elle a donc un droit antérieur sur cette phrase.

Par ailleurs, la société SAMADHI verse au débat des mails démontrant qu'elle a dès le mois de juillet 2008 choisi de communiquer au travers de la phrase "communauté privée pour célibataires exigeants", que l'annonce publicitaire adressée au Groupe Bertrand contenait cette locution "pour célibataires exigeants" dans une parution du mois de

septembre 2008 (pièces 14 et 15 de la société SAMADHI), qu'au mois de septembre 2008, la page d'accueil du site ATTRACTIVE WORLD indiquait clairement et à plusieurs reprises l'expression "communauté privée pour célibataires exigeants" (Pièce n°19).

Ainsi faute de démontrer disposer de droits sur le slogan litigieux, la société MEETIC est mal fondée en sa demande de nullité fondée sur le dépôt frauduleux.

Sur la dégénérescence

La marque en cause est une marque complexe composée :

- d'éléments figuratifs, à savoir un symbole représentant un « W » et un « A » stylisés et en couleur (rose et bleu) ;
- d'un néologisme composé de deux mots anglais attachés « AttractiveWorld » ;
- et des trois mots « pour », « célibataires », et « exigeants » .

Elle n'est pas constituée des seuls termes "pour célibataires exigeants" qui à eux seuls ne pourraient effectivement conférer un caractère distinctif au signe.

La société MEETIC ne conteste absolument pas le caractère distinctif de la marque dans son ensemble, or c'est bien l'ensemble du signe qui doit être apprécié notamment s'agissant d'une marque complexe.

L'article L 714-6 du code de la propriété intellectuelle dispose :
Encourt la déchéance de ses droits le propriétaire d'une marque devenue de son fait :

- a) la désignation usuelle dans le commerce du produit ou du service,*
- b) propre à induire en erreur, notamment sur la nature, la qualité géographique du produit ou du service."*

Il faut donc démontrer que le signe enregistré comme marque est devenue la désignation usuelle du produit en l'espèce un site de rencontres sur internet et ce du fait du titulaire qui n'a pas défendu son signe.

Or force est de constater que la société MEETIC ne verse aucun élément au débat tels des articles de la presse générale ou des articles de dictionnaire qui montreraient qu'en France, il est devenu usuel de dire "je me suis inscrit à un "pour célibataires exigeants".

Faute de remplir cette première condition, la demande de la société MEETIC fondée sur le caractère générique de la locution est mal fondée.

sur la concurrence déloyale

La société MEETIC reproche à la société SAMADHI d'avoir « intégré des vignettes publicitaires sur Facebook en se présentant comme le "leader de la rencontre haut de gamme ce qui constitue une publicité trompeuse, aucun élément comparatif n'étant fourni avec un quelconque concurrent » et de ne pas avoir respecté les dispositions légales sur son site internet ce qui constitueraient des actes de concurrence déloyale

La société SAMADHI répond qu'en 2012, elle était effectivement le leader des sites internet de rencontre dits haut de gamme comme l'établit le diagnostic de la société ALEXA et qu'elle n'a donc pas trompé le public en affichant cette information dans une vignette publicitaire.

Elle ajoute que les indications exigées par la loi relatives à l'identité de l'éditeur apparaissent bien sur son site et y ont toujours figuré.

Sur ce

La concurrence déloyale doit être appréciée au regard du principe de la liberté du commerce qui implique qu'un signe ou un produit qui ne fait pas l'objet de droits de propriété intellectuelle, puisse être librement reproduit, sous certaines conditions tenant à l'absence de faute par la création d'un risque de confusion dans l'esprit de la clientèle sur l'origine du produit, circonstance attentatoire à l'exercice paisible et loyal du commerce.

L'appréciation de la faute au regard du risque de confusion doit résulter d'une approche concrète et circonstanciée des faits de la cause prenant en compte notamment le caractère plus ou moins servile, systématique ou répétitif de la reproduction ou de l'imitation, l'ancienneté d'usage, l'originalité, la notoriété de la prestation copiée.

En l'espèce, le procès-verbal de constat dressé le 4 novembre 2011 à la requête de la société MEETIC montre que sur une vignette publicitaire apparaît l'encart suivant : "elle est sur Attractive World! Et vous° Rejoignez le leader de la rencontre haut de gamme."

La société MEETIC ne conteste pas que la société SAMADHI a choisi de se positionner sur un secteur dit haut de gamme pour cibler des catégories socioprofessionnelles supérieures en prévoyant un mode de recrutement sous la forme de parrainage.

Un article versé au débat par la société SAMADHI en pièce 5 montre qu'en 2008 plusieurs sites internet ont été ouverts fonctionnant sur ce principe pour attirer cette clientèle particulière.

La société MEETIC a elle-même créé un site qu'elle décrit pour VIP qui fonctionne selon le même schéma pour atteindre cette même clientèle.

Seul le fait que la société SAMADHI ait indiqué qu'elle était leader des sites de rencontres haut de gamme" est reproché par la société MEETIC.

Or, la société SAMADHI verse au débat une pièce 27 qui démontre que le site ATTRACTIVE WORLD est au mois de janvier 2012 classé premier des sites de rencontre sur internet par la société Alexa (spécialisée en analyse de trafic sur internet) car il est classé 686è site français (en nombre de visites) contre 16.421è site français pour le site MEETIC VIP.

Ainsi l'information donnée par la société SAMADHI n'est pas trompeuse et ne peut être qualifiée de fautive.

Pour ce qui est du non respect des dispositions légales du site internet de la société SAMADHI au 30 novembre 2011, il apparaît les mentions

légales en matière de site internet instituées par la loi n°2004-575 du 21 juin 2004 pour la confiance dans l'économie numérique en son article 6, III, 1 sont présentes à l'article 1 « Présentation d'ATTRACTIVE WORLD » des Conditions Générales de Vente et d'Utilisation accessible à partir de la page d'accueil du site ATTRACTIVE WORLD, et ce, depuis sa création.

Ce moyen sera également rejeté.

La société MEETIC sera déboutée de sa demande en concurrence déloyale.

Sur les demandes reconventionnelles

La société SAMADHI prétend que la société MEETIC a commis à son encontre des actes de concurrence déloyale consistant en une entreprise de destabilisation du fait des courriers adressés à ses interlocuteurs notamment les médias qui diffusent ses spots publicitaires et sollicite la déchéance des droits de la société MEETIC sur certaines de ses marques.

La société MEETIC répond qu'elle n'a fait que défendre ses droits en alertant les tiers de l'existence d'un litige entre les deux sociétés.

Sur la déchéance de la marque exploitée par MEETIC

La société SAMADHI sollicite la déchéance des droits de la société MEETIC sur différentes marques françaises n° 3135237 et n° 3426001 enregistrées en classes 09, 16, 38, 39, 41, 42, 43, 45.

Or, ces marques ne lui ont pas été opposées dans le cadre de cette instance puisque toutes les demandes de la société MEETIC étaient fondées sur la locution "pour célibataires exigeants" et non sur ses marques MEETIC.

En conséquence, à défaut d'un lien de connexité suffisant avec le litige principal, ses demandes sont irrecevables.

Sur l'entreprise de destabilisation.

La société MEETIC ne conteste pas avoir adressé un courrier aux sociétés qui diffusent les spots publicitaires de la société SAMADHI, spots qui ont pour objet de développer sa notoriété et donc d'attirer une clientèle.

Elle ne verse pas ce courrier au débat mais la société SAMADHI produit celui que lui a adressé le 12 janvier 2012 la société CANAL+ RÉGIE au terme duquel il est fait état que "la société MEETIC conteste notamment les mentions utilisées par votre société dans les opérations de parrainage diffusées sur les chaînes de télévision pour votre site de rencontre "ATTRACTIVE WORLD" qu'elle considérait préjudiciables à son égard."

Il est donc établi que la société MEETIC a fait part à des tiers du litige qui l'oppose à la société SAMADHI sans que cette information ne soit nécessaire et ce, d'autant que la société MEETIC ne détenait manifestement aucun droit sur la locution "pour célibataires exigeants".

Enfin, contrairement à ses affirmations, il est démontré par le mail versé au débat en pièce 8 par la société SAMADHI, que la société MEETIC avait entrepris des pourparlers avec la société SAMADHI en mai 2011 alors que la marque était déjà déposée et que la société MEETIC communiquait déjà largement sur ce thème des "célibataires exigeants".

Ces deux éléments appréhendés ensemble montrent que l'utilisation de la locution "pour célibataires exigeants" par la société SAMADHI ne causait aucun préjudice à la société MEETIC tant qu'elle négociait avec elle mais qu'à l'issue de négociations qui n'ont pas abouti, elle a trouvé utile de gêner un concurrent en entamant d'une part une procédure hasardeuse et d'autre part en alertant des tiers en lien commercial avec la société concurrente de ce litige artificiel, dans le seul but de nuire au développement de son concurrent;

La faute est donc établie.

Cependant la société SAMADHI ne verse aucun élément au débat qui permettrait au tribunal d'évaluer le préjudice subi de sorte que la société SAMADHI sera déboutée de sa demande en concurrence déloyale.

sur les autres demandes

Les conditions sont réunies pour allouer à la société SAMADHI la somme de 10.000 euros sur le fondement de l'article 700 du code de procédure civile.

L'exécution provisoire n'est pas nécessaire et ne sera pas ordonnée.

PAR CES MOTIFS

Statuant publiquement par remise au greffe le jour du délibéré, par jugement contradictoire et en premier ressort,

Déclare mal fondée la demande de la société MEETIC en nullité partielle de la marque française complexe n° 3 691 765 "ATTRACTIVE WORLD pour célibataires exigeants" dont la société SAMADHI est titulaire tant sur le fondement de l'article L 712-6 que sur celui de l'article L 714-6 du code de la propriété intellectuelle.

L'en déboute.

Déclare la société MEETIC mal fondée en ses demandes en concurrence déloyale formées à l'encontre de la société SAMADHI.

L'en déboute.

Déclare mal fondée la demande de la société SAMADHI relative aux dommages et intérêts pour concurrence déloyale.

L'en déboute.

Déclare la société SAMADHI irrecevable en ses demandes tendant à voir déclarer la société MEETIC déchue de ses droits sur les marques françaises n° 3135237 et n° 3426001 enregistrées en classes 09, 16, 38, 39, 41, 42, 43, 45, sur le fondement de l'article L 714-6 du code de la propriété intellectuelle.

Condamne la société MEETIC à payer la société SAMADHI la somme de 10.000 euros sur le fondement de l'article 700 du code de procédure civile.

Dit n'y avoir lieu à exécution provisoire de la présente décision.

Condamne la société MEETIC aux dépens.

Fait et jugé à Paris le 10 Octobre 2013

Le Greffier



Le Président

