

**TRIBUNAL
DE GRANDE
INSTANCE
DE PARIS**

3ème chambre 2^{ème} section
N°RG: 12/01219

Assignation du 16 Janvier 2012
JUGEMENT rendu le 15 Février 2013

DEMANDERESSES

GROUPE FIGARO,
14 boulevard Haussmann
75009 PARIS

Société DU FIGARO,
14 boulevard Haussmann
75009 PARIS

Société FIGARO CLASSIFIEDS,
1/3 rue La Fayette
75009 PARIS

Représentées par Me Frédéric SARDAIN de l'Association TEISSONNIERE - SARDAIN -
CHEVE AARPI, avocat au barreau de PARIS, vestiaire #B1111,

DEFENDEURS

I.R.C.A IMMOBILIER ROSS & CROSMANN ARCHITECTURE,
9 Place de l'Esplan
26130 ST PAUL TROIS CHATEAUX
Défaillant

Monsieur Yannick C.
xxx
26130 SAINT PAUL TROIS CHATEAUX
Défaillant

COMPOSITION DU TRIBUNAL

Eric HALPHEN, Vice-Président, signataire de la décision
Arnaud DESGRANGES. Vice-Président
Valérie DISTINGUIN, Juge, assistés de Jeanine ROSTAL, FF Greffier,
Signataire de la décision

DEBATS

A l'audience du 29 Novembre 2012 tenue en audience publique

JUGEMENT

Prononcé par remise de la décision au greffe
Réputé Contradictoire en premier ressort

FAITS. PROCEDURE ET PRETENTIONS DES PARTIES

La société GROUPE FIGARO, société holding du groupe éponyme, qui détient ou contrôle de nombreuses filiales parmi lesquelles SOCIETE DU FIGARO et FIGARO CLASSIFIEDS, indique que depuis sa création en 1995 elle est titulaire et exploite sa dénomination sociale "GROUPE FIGARO". La société FIGARO CLASSIFIEDS, anciennement ADEN CLASSIFIEDS, qui se présente comme l'une des sociétés leaders des annonces classées en FRANCE, notamment dans le secteur de l'immobilier dans lequel elle exploite plusieurs sites et revues, déclare être titulaire de la marque française semi-figurative n° 1525614 déposée le 21 avril 1989 en classe 16 et 41, "PROPRIETES DE FRANCE LE FIGARO MAGAZINE" qu'elle exploite sur son site internet "www.proprietesdefrance.com" et de la marque française semi figurative n°3 629934 déposée le 13 février 2009 en classe 9,16,35,41 "PROPRIETE DE FRANCE". Elle est par ailleurs titulaire et exploite le nom de domaine « www.proprietesdefrance.com » enregistré le 9 juillet 1997.

La SOCIETE DU FIGARO se prévaut de la titularité de la marque française notoire "LE FIGARO", cette notoriété étant établie, selon elle, par sa renommée exceptionnelle et ancienne et son caractère distinctif élevé.

Ayant constaté le 10 novembre 2011 que Monsieur C. avait déposé le 27 septembre 2011 auprès de l'INPI les deux marques françaises, "GROUPE FIGARO" sous le numéro 3862013 en classe 36, 38 et 41 et "Propriétés de France" sous le numéro 3861966 en classe 36, 38 et 39, et que la société IRCA Immobilier Ross & Crosmann Architecture (ci-après société IRC A), qui est une agence immobilière spécialisée dans la vente de biens haut de gamme, dont il est le gérant, exploitait ces deux marques sur le site internet « www.proprietesdefrance.com » dont il est le directeur de la publication, en laissant, selon elles, faussement croire que le GROUPE FIGARO travaillait en partenariat avec la société IRCA, les demanderesses lui ont adressé le 18 novembre 2011, une lettre de mise en demeure, restée sans effet, de cesser ces agissements et de retirer les demandes d'enregistrement des marques en cause.

Le 14 décembre 2011, un courriel à l'en-tête "PROPRIETE DE FRANCE - GROUPE FIGARO" et signé "Albert MARTINEZ Président de Propriétés de France" a été adressé à de nombreuses agences immobilières les invitant à faire passer des annonces gratuites sur le site "www.proprietesdefrance.com" grâce à un partenariat entre et "Propriété de France (groupe Figaro) et l'agence IRC A-Immobilier Ross & Crosmann Architecture".

La société ADEN CLASSIFIEDS a le même jour mis en garde les agences immobilières contre ce message. Toutefois, Monsieur C. a procédé le 15 décembre 2011 un envoi de courriel aux agences immobilières en maintenant, au terme d'un développement confus, la proposition de diffusion gratuite d'annonces sur le site "www.proprietesdefrance.com". Estimant que ces agissements leur étaient particulièrement dommageables, les demanderesses ont, par voie de requête, saisi le président du Tribunal de grande instance de PARIS lequel a rendu le 19 décembre 2011 une ordonnance sur requête faisant interdiction sous astreinte de 500 euros par jour de retard à Monsieur C. et à la société IRCA de reproduire, d'exploiter et

de faire usage des marques "GROUPE FIGARO" et "Propriétés de France" et de faire référence sur le site "www.proprietesdefrance.com" ou par envoi de courriel, à un partenariat avec "Propriétés de France", ou avec "Propriétés de France (Groupe Figaro) ou avec "GROUPE FIGARO" ou tout autre société filiales du GROUPE FIGARO. Monsieur C. et la société IRCA ayant persisté dans leurs agissements après la signification de l'ordonnance, les demanderesse ont, par acte d'huissier du 16 janvier 2012, les ont fait assigner afin de demander, en ces termes, au Tribunal de céans de :

- les déclarer recevables et bien fondées en leurs demandes, et ce faisant,
- dire et juger que Monsieur C. a enregistré les marques françaises n°3862013, ("GROUPE FIGARO") et n°3861966 ("Propriétés de France") frauduleusement au sens de l'article L.712-6 du Code de la propriété intellectuelle,
- ordonner le transfert de la marque française n°3862013, ("Groupe Figaro") à GROUPE FIGARO et de la marque française n°3861966 ("Propriétés de France") à FIGARO CLASSIFIEDS,
- dire et juger qu'en procédant au dépôt des marques françaises n°3862013, ("Groupe Figaro") et n°3861966 ("Propriétés de France") Monsieur C. a commis des actes de contrefaçon de marque,
- dire et juger qu'en exploitant les marques françaises n°3862013, ("Groupe Figaro") et n°3861966 ("Propriétés de France") sur le site internet "www.proprietesdefrance.com", la société IRCA a commis des actes de contrefaçon de marque,

En conséquence,

- condamner in solidum Monsieur C. et la société IRCA à la somme de 100.000 euros de dommages et intérêts,
- dire et juger qu'en adressant des emails massifs et non sollicités aux clients des demanderesse, la société IRCA a commis des actes de concurrence déloyale et parasitaire engageant sa responsabilité civile au sens de l'article 1382 du code civil,

En conséquence,

- condamner la société IRCA à la somme de 70.000 euros de dommages et intérêts,
- condamner in solidum Monsieur C. et la société IRCA à payer à GROUPE FIGARO, SOCIETE DU FIGARO, FIGARO CLASSIFIEDS la somme de 20.000 euros au titre de l'article 700 du Code de procédure civile,
- ordonner l'exécution provisoire du jugement à intervenir en ce compris les dépens et la somme allouée au titre des frais irrépétibles,
- condamner in solidum Monsieur C. et la société IRCA aux entiers dépens qui pourront être directement recouverts par Maître Frédéric SARDAIN conformément aux dispositions de l'article 699 du Code de procédure civile,

Bien que Monsieur C. ait eu connaissance des assignations comme en témoignent le courrier qu'il a adressé au Tribunal le 1er février 2012, puis celui adressé par sa femme le 16 septembre 2012, ni lui ni la société IRCA n'ont constitué avocat.

L'ordonnance de clôture a été rendue le 11 octobre 2011

MOTIFS

Conformément à l'article 473 du Code de procédure civile, ni Monsieur C. ni la société IRCA ne comparaisant, le jugement sera réputé contradictoire.

En application des dispositions de l'article 472 de Code de procédure civile, il sera jugé sur le fond mais il ne sera fait droit aux demandes que si elles sont recevables, régulières et bien fondées.

Sur le dépôt frauduleux des marques françaises "GROUPE FIGARO" n° 3862013 et "Propriétés de France" n°3861966

Les demandereses énoncent que le dépôt des marques "GROUPE FIGARO" n° 3862013 et "Propriétés de France" n°3861966 a été effectué le 27 septembre 2011 par Monsieur C. en fraude de leurs droits antérieurs à savoir :

- les droits que la société GROUPE FIGARO détient sur sa dénomination sociale exploitée depuis 1995,
- les droits de la SOCIETE DU FIGARO sur la marque du même nom,
- les droits que la société FIGARO CLASSIFIEDS, anciennement ADEN CLASSIFIEDS, détient sur la marque "PROPRIETE DE FRANCE" n°09 3 629 934 déposée le 13 février 2009 et qu'elle déclare exploiter,
- le nom de domaine "www.proprietesdefrance .corn" enregistré le 9 juillet 1997 appartenant à la société FIGARO CLASSIFIEDS,

Elles demandent en conséquence que la marque française "GROUPE FIGARO" n°3 862013 soit transférée à la société GROUPE FIGARO et la marque française n° 3861966 "Propriétés de France" à la société FIGARO CLASSIFIEDS. Selon l'article L.712-6 du Code de la propriété intellectuelle, "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 revendiquer sa propriété en justice. A moins que le déposant ne soit de mauvaise foi, l'action en revendication se prescrit par trois ans à compter de la publication de la demande d'enregistrement."

a) Sur les droits antérieurs opposés par les demandereses

La société GROUPE FIGARO a été immatriculée le 15 juin 1995 sous cette dénomination sociale. Il s'agit de la société holding de ce groupe de presse.

La marque française "LE FIGARO" initialement déposée le 2 juin 1948 puis régulièrement renouvelée le 3 janvier 1963, le 16 mai 1977, a, en dernier lieu, été déposée le 11 mai 1987 par la SOCIETE DU FIGARO et enregistrée sous le n° 1447624, pour désigner dans les classes 16, 35, 38, 39, 41 les produits et services " produits de l'imprimerie, en particulier publications telles que journaux, revues et magazines, livres et brochures; publicité,

distribution de prospectus ; éditions de journaux, revues et livres ; abonnement et distribution de journaux, et en général tout ce qui concerne la gestion et l'exploitation d'un journal quotidien ", et a été régulièrement renouvelée en mai 1977 et le 10 avril 2007.

Les demanderesse soutiennent qu'il s'agit d'une marque notoire et s'appuient pour en justifier sur le fait que le figaro est le quotidien le plus diffusé en France et produisent une étude par sondage de février 2007 de la société TNS SOFRES qui conclut à une notoriété globale pour le signe LE FIGARO de 93 %, mesurée, semble-t-il, parmi d'autres titres de presse. Elles font en outre valoir l'ancienneté du quotidien et affirment que la renommée de la marque, entretenue par des investissements massifs, lui assure un "pouvoir d'attraction propre tout à fait indépendant des produits qu'elle désigne habituellement".

Cependant, en dehors des pétitions de principe, seule l'étude précitée est versée au débat pour justifier d'une éventuelle notoriété de la marque. Or ni la méthodologie mise en oeuvre ni surtout ce qu'elle mesure précisément, ne sont explicités. Il semble s'agir, pour autant qu'on puisse le comprendre, de mesurer la renommée de différents titres de presse entre eux. Dès lors, cette étude apparaît insuffisante pour établir que la connaissance par le public de la marque LE FIGARO déborde le champ des lecteurs de presse. Il n'est de ce fait pas prouvé que la marque soit largement connue en elle-même, indépendamment des produits et services du domaine de la presse qu'elle désigne habituellement. Dès lors le caractère notoire de la maque LE FIGARO ne sera pas retenu.

La marque française semi- figurative "PROPRIÉTÉS DE FRANCE" n°09 3 629 934 a été, déposée le 13 février 2009 par la société PUBLIPRINT puis a été cédée le 12 novembre 2009 à la société ADEN CLASSIFIEDS, celle-ci changeant de dénomination le 9 août 2011 pour devenir FIGARO CLASSIFIEDS. Elle désigne en classe 9,16,35,41 les produits et services suivants : 9. Publications électroniques et enregistrements vidéos téléchargeables en ligne ; supports d'enregistrement de données, de sons et/ou d'images notamment bandes magnétiques, vidéocassettes, disques acoustiques, disques compacts, disques compacts à mémoire figée dits " Cédéroms " et disques versatiles digitaux dits " DVD " ; dispositifs informatiques interactifs. 16. Journaux, revues, magazines, livres, imprimés, posters, albums à découper et à colorier, guides ; photographies ; articles de papeterie ; articles de bureau (à l'exception des meubles), fournitures pour l'écriture ; matériel d'instruction ou d'enseignement (à l'exception des appareils). 35. Conseils en publicité, marketing et stratégies de communication. Publicité, distribution de prospectus. Promotion de l'espace publicitaire. Publication et diffusion d'annonces publicitaires, sur tout support et notamment publicité en ligne, sur réseau informatique. Publicité notamment dans la presse, à la radio, à la télévision et/ou sur les réseaux mondiaux de télécommunication (de type Internet) ou à accès privé ou réservé (de type Intranet) ; régie publicitaire ; agences de publicité ; diffusion d'annonces, diffusion de matériel publicitaire (tracts, prospectus, imprimés, échantillons) ; distribution de matériel publicitaire (tracts, prospectus, imprimés, échantillons) documentations publicitaires ; courrier publicitaire ; recherche et étude de marché ; études et informations statistiques ; sondages d'opinion ; aide aux entreprises industrielles et commerciales dans la conduite de leurs affaires ; informations d'affaires sur les contenus de supports médiatiques notamment presse, radio, télévision et réseaux mondiaux de télécommunication (de type Internet) ou à accès privé ou réservé (de type Intranet). 41. Divertissements notamment divertissements télévisés, radiodiffusés, multimédia et/ou sur les réseaux mondiaux de télécommunication (de type Internet) ou à accès privé ou réservé (de type Intranet) ; conception, production et montage déprogrammes radiophoniques et de télévision et, plus généralement d'oeuvres audiovisuelles et multimédias ; organisation de compétitions sportives ; organisation de

manifestations sportives et culturelles ; organisation de jeux et concours (éducation ou divertissement) ; information en matière d'éducation et de divertissement ; édition de journaux, revues, magazines et publications électroniques ; services d'enregistrement des sons et des images (studios d'enregistrement et filmage sur bandes vidéo) et services de montage bandes vidéo ; service de reporters ; reportages y compris photographiques. "

La société FIGARO CLASSIFIEDS justifie de son exploitation à travers le titre d'une revue périodique d'annonces immobilières dont elle est l'éditeur et d'un site internet accessible par le nom de domaine "proprietedefrance.com"(sans accents) dont elle est le titulaire depuis le 9 juillet 1997.

La marque française semi-figurative n° 1525614 "PROPRIÉTÉS DE FRANCE LE FIGARO magazine" n° 1525614 a été déposée le 21 avril 1989 par la société PUBLIPRINT, puis transmise en totale propriété à la société ADENCLASSIFIEDS devenant le 9 août 2011 FIGARO CLASSIFIEDS, pour désigner en classe 16 et 41 : "Papier, carton et produits en ces matières, non compris dans d'autres classes; produits de l'imprimerie; articles pour reliures; photographies; papeterie; adhésifs (matières collantes) pour la papeterie ou le ménage; matériel pour les artistes; pinceaux; machines à écrire et articles de bureau (à l'exception des meubles).matériel d'instruction ou d'enseignement (à l'exception des appareils); matières plastiques pour l'emballage (non comprises dans d'autres classes);cartes à jouer; caractères d'imprimerie; clichés. Services d'édition "

La société FIGARO CLASSIFIEDS l'exploite sur son site internet "www.proprietesdefrance.com".

b) sur les agissements reprochés

Monsieur C. a déposé le 27 septembre 2011, la marque "GROUPE FIGARO" pour désigner les produits et services suivants : en classe 36 "Assurances, affaires financières, affaires monétaires, affaires immobilières; caisse de prévoyance; banque directe; émission de chèques de voyage ou de cartes de crédit; estimations immobilières; gérance de biens immobiliers; services de financement, analyse financière, constitution ou investissement de capitaux; consultation en matières financières ; estimations financières (assurances, banques, immobilier) ; placement de fonds; "télécommunications, informations en matière de télécommunications ; communication par terminaux d'ordinateurs ou par réseaux de fibres optiques ; communication radiophoniques ou téléphoniques ; services de radio téléphonie mobile ; fourniture d'accès à un réseau informatique mondial ; service d'affichage électronique (télécommunications) ; raccordement par télécommunications à un réseau informatique mondial ; agence de presse ou d'informations (nouvelles) ; location d'appareils de télécommunication ; émissions radiophoniques ou télévisées ; services de téléconférence ; service de messagerie électronique ; location de temps d'accès à des réseaux informatiques mondiaux", et en classe 41 "éducation ; formation ; divertissement ; activités sportives et culturelles ; informations en matière de divertissement et d'éducation ; services de loisir ; publication de livres ; prêts de livres ; dressage d'animaux ; production de films sur bandes vidéo ; location de films cinématographiques ; locations d'enregistrements sonores ; location de magnétoscopes ou de postes radio et de télévision ; location de décors de spectacles ; montage de bandes vidéo ; services de photographie ; organisation de concours (éducation ou divertissement) ; organisation et conduite de colloques, conférences ou congrès ; organisation d'expositions à buts culturels ou éducatifs ; réservation déplaces de spectacle ; service de jeu proposé en ligne à partir d'un réseau informatique ; services de jeux d'argent; publication

électronique de livres et de périodiques en ligne ; micro-édition "

Le même jour, il a déposé auprès de l'INPI la marque française n°3861966 "Propriétés de France" désignant en classe 36 et 38, les mêmes produits et services que la marque "GROUPE FIGARO" et en classe 39 "transport ; emballage et entreposage de marchandises ; organisation de voyages ; informations en matière de transports ; distribution de journaux ; distribution d'eau ou d'énergie ; remorquage ; location de garages ou de placés de stationnement ; location de véhicules, de bateaux ou de chevaux ; services de taxis ; réservations pour les voyages ; entreposage de supports de données ou de documents stockés électroniquement".

Les demanderesses invoquent à l'appui de leurs demandes, d'une part un constat effectué sur le site internet auquel on accède par l'adresse "www.proprietesdefrance.com", qu'elles attribuent à Monsieur Yannick C., et d'autre part le courrier que ce dernier a adressé le 25 novembre 2011 au service juridique du GROUPE FIGARO en réponse à la mise en demeure de cesser les agissements reprochés. Le constat effectué le 10 novembre 2011 par un agent assermenté de l'Agence pour la Protection des Programmes établit que le site en question présente en page d'accueil sous le titre PROPRIETES DE FRANCE - GROUPE FIGARO- PROFESSIONNEL DE L'IMMOBILIER EN FRANCE" une page portant un message à l'attention des professionnels de l'immobilier, indiquant que "propriétés de France [Groupe Figaro] se félicite de travailler en partenariat avec l'agence IRCA", en les invitant à contacter cette société pour faire diffuser leur annonces de vente de biens immobiliers auprès "d'une riche clientèle internationale via une délégation de mandat de vente".

En cliquant sur l'onglet "biens à la vente" l'internaute est basculé sur le site www.irca.fr de la société IRCA d'annonces immobilières. Les mentions d'annonces légales des deux sites sont identiques et précisent que l'éditeur en est la société IRCA et le directeur de la publication, Monsieur Yannick C.. Le titulaire du nom de domaine "proprietesdefrance.com" qui a été enregistré le 3 juillet 2009 est HOFFMAN SCHULER FOUNDATION dont l'adresse se trouve à PANAMA CITY au PANAMA. Il résulte du courrier du 25 novembre 2011 de Monsieur Yannick C., même s'il est quelque peu confus, que celui-ci reconnaît avoir acheté le nom de domaine " proprietedefrance.com" quelques années auparavant, puis avoir reçu une première mise en garde du GROUPE FIGARO, à la suite de laquelle il lui a proposé de lui revendre le nom de domaine avant finalement de déposer les marques "GROUPE FIGARO" et "Propriétés de France" auprès de l'INPI dans des classes disponibles pour "pouvoir légitimement exploiter le nom de domaine". Il explique dans des termes intrinsèquement contradictoire que la fondation HOFFMAN SCHULLER a désormais "la pleine et entière propriété et jouissance locative" de ce nom de domaine ainsi que des marques déposées et que l'exploitation du site relève de la responsabilité de celle-ci. Il fait part de son intention de céder le nom de domaine et les marques après les avoir récupérées auprès de la fondation HOFFMANN SCHULLER. Monsieur Yannick C. en acquérant le nom de domaine "proprietesdefrance.com", puis en déposant les marques contestées, alors que selon ce qu'il a écrit, il avait déjà été mis en demeure de cesser l'emploi des termes "Propriétés de France", a manifestement sciemment recherché à nuire aux sociétés du GROUPE FIGARO en créant une confusion sur l'origine des services d'agence immobilier qu'il se proposait d'offrir sur internet avec les services d'annonces immobilières de la société FIGARO CLASSIFIEDS.

En particulier le dépôt de la marque "GROUPE FIGARO" reprend exactement la dénomination sociale de la société éponyme enregistrée antérieurement. Le mot "FIGARO"

qui en constitue manifestement la partie dominante pour être le seul réellement distinctif, reproduit le signe distinctif de la marque n° 1447624 "LE FIGARO".

En outre le site entretient encore davantage la confusion en associant les termes "GROUPE FIGARO" et "Propriétés de France" pour, d'abord faire croire à l'existence d'une entité juridique qui évoque les services d'annonces immobilières haut de gamme de la société FIGARO CLASSIFIEDS, lesquelles paraissent dans une revue intitulée 'Propriété de France' et sur un site internet accessible par le nom de domaine "proprietesdefrance.com", et ensuite tromper les agences immobilières sur l'existence d'un partenariat entre cette entité et la société IRCA de Monsieur Yannick C.

Nonobstant le fait que la fondation HOFFMANN SCHULLER soit inscrite en tant que titulaire officiel du nom de domaine, Monsieur Yannick C. qui reconnaît avoir acquis le nom de domaine "proprietesdefrance.com" et qui apparaît dans les mentions légales comme directeur de la publication du site dont sa société IRCA est l'éditeur, se révèle être le véritable responsable du site en sa qualité de gérant de la société IRCA qui en est l'éditeur. Du reste, celle-ci est la seule bénéficiaire de la confusion entretenue par le contenu du site avec le GROUPE FIGARO.

L'usage que Monsieur Yannick C. pour la société IRCA a ainsi fait des marques "GROUPE FIGARO" et "Propriétés de France" établit qu'elles ont été déposées non pour en faire un usage régulier mais dans la seule intention de nuire aux sociétés GROUPE FIGARO et FIGARO CLASSIFIEDS en tentant de détourner leur clientèle par le moyen d'une confusion volontairement entretenue par des mentions trompeuses.

Leur enregistrement a donc été demandé en fraude des droits de ces sociétés au sens de l'article L.712-6 du Code de la propriété intellectuelle.

Sur la contrefaçon

Les demandereses exposent que le dépôt de la marque française "GROUPE FIGARO" n°3862013 et de la marque française "Propriétés de France" n°3861966 constituent par eux mêmes des actes de contrefaçon. Elles incriminent également l'exploitation qui en a été faite par Monsieur Yannick C. et la société IRCA sur le site accessible à l'adresse www.proprietesdefrance.com ainsi que dans un courriel adressé à de nombreuses agences immobilières. Elles ne précisent pas explicitement quelles sont les marques qui seraient ainsi contrefaites. Toutefois, il résulte du contenu de leur assignation, que selon elles, la marque "GROUPE FIGARO" constituerait une contrefaçon de la marque "LE FIGARO" n° 1447624 et la marque "Propriétés de France" une contrefaçon des marques françaises "PROPRIÉTÉS DE FRANCE" n° 3629934 et "PROPRIÉTÉS DE FRANCE LE FIGARO magazine" n°1525614.

L'article L. 713-2 du Code de la propriété intellectuelle prévoit que : "Sont interdits, sauf autorisation du propriétaire :

a) La reproduction, l'usage ou l'apposition d'une marque, même avec l'adjonction de mot tels que : 'formule, façon, système, imitation, genre, méthode', ainsi que l'usage d'une marque reproduite pour des produits ou services identiques à ceux désignés dans l'enregistrement;... "

L'article L.713-3 du Code de la propriété intellectuelle dispose que "Sont interdits, sauf autorisation du propriétaire, s'il peut en résulter un risque de confusion dans l'esprit du public :

a) La reproduction, l'imitation, l'usage d'une marque ainsi que l'usage d'une marque reproduite, pour des produits ou services similaires à ceux désignés dans l'enregistrement ; b) l'imitation d'une marque et l'usage d'une marque imitée, pour des produits ou services identiques ou similaires à ceux désignés dans l'enregistrement. "

a) Contrefaçon par le dépôt des marques

Il résulte de ces dispositions que le dépôt d'une marque, pris indépendamment de son exploitation, ne constitue une contrefaçon d'une autre marque que lorsque elle la reproduit à l'identique en visant les mêmes produits et services. En effet si tel n'est pas le cas, la contrefaçon ne peut alors résulter que de l'existence d'un risque de confusion dans l'esprit du public, qui est par définition exclu dans le cas de la reproduction de la marque dans une demande d'enregistrement laquelle n'est pas susceptible, en elle-même, de créer cette confusion.

En l'espèce, le signe "GROUPE FIGARO" n'est pas identique au signe "LE FIGARO" de même que le signe "Propriétés de France" est différent du signe "PROPRIÉTÉS DE FRANCE LE FIGARO magazine". Enfin les signes "PROPRIÉTÉS DE FRANCE" et "Propriétés de France" comportent les mêmes mots mais leur aspect visuel est différent en raison, dans le cas de la marque de la société FIGARO CLASSIFIEDS qui est semi-figurative, d'une typographie tout en majuscule et surtout d'une surimpression des deux termes, les mots "DE FRANCE" apparaissant en outre en lettres de plus petite taille et de couleur différente.

Par conséquent le dépôt par Monsieur Yannick C. des marques "GROUPE FIGARO" n°3862013 et "Propriétés de France" n°3861966 ne constituent pas des actes de contrefaçon

b) contrefaçon par l'exploitation des marques sur le site internet www.propriétésdefrance.com. et dans le courrier du 14 décembre 2011.

Ainsi qu'il a déjà été exposé, la première page du site www.propriétésdefrance.com contient le titre "PROPRIETE DE FRANCE" et un sous titre en caractère plus petit "GROUPE FIGARO" et débute par la phrase "Propriétés de France [Groupe FIGARO] se félicite de travailler en partenariat avec l'agence IRCA". Les mêmes termes sont reproduits dans un courriel émanant en réalité de la société IRCA adressé le 14 décembre 2011 à des agences immobilières. Les signes "PROPRIETES DE FRANCE" et "GROUPE FIGARO" n'étant pas identiques aux marques opposées par les demanderesses, il convient de rechercher si, au regard d'une appréciation des degrés de similitude entre les signes et entre les produits et services désignés, il existe un risque de confusion dans l'esprit du public concerné.

Le signe "PROPRIETE DE FRANCE" est ici employé pour désigner un site d'annonce immobilière en ligne. La marque opposée "PROPRIÉTÉS DE FRANCE" n°3629934 vise en classe 35 les services de "publication et diffusion d'annonces publicitaire, sur tout support et notamment publicité en ligne, sur réseau informatique".

Les services concernés sont ainsi similaires. Si comme cela a été dit plus haut, les signes présentent des différences visuelles, en revanche, d'un point de vue tant phonétique que conceptuel, ils produisent exactement la même impression. La grande similitude des

signes et des services concernés, créent pour le public concerné un risque de confusion sur l'origine des services présentées, ce qui du reste était l'objectif manifestement poursuivi.

Dés lors la société IRCA a ainsi commis des actes de contrefaçon de la marque "PROPRIÉTÉS DE FRANCE" n° 3629934 .

La marque opposée "PROPRIÉTÉS DE FRANCE LE FIGARO magazine" n°1525614 ne vise aucun produit ou service identique ou similaire à ceux relatifs à la publication d'annonces immobilières. Elle présente en outre des différences visuelles, phonétiques et conceptuelles nettes avec le signe attaqué, en raison des mots "LE FIGARO magazine", inscrits en sous-titre, qui possèdent une forte distinctivité. Aussi, le cumul de ces distinctions font qu'il n'apparaît pas de risque de confusion sur l'origine des services en cause, de sorte que la contrefaçon n'est pas constituée.

Le signe "GROUPE FIGARO" concerne également les services d'annonces immobilières ou de transactions immobilières. La marque opposée "LE FIGARO" n° 1447624 vise notamment les services de "publicité,.... et en général tout ce qui concerne la gestion et l'exploitation d'un journal quotidien" . Il est constant que la diffusion d'annonces immobilières fait partie intégrante de l'exploitation d'un journal, en lui fournissant d'ailleurs une partie de ses recettes. Ainsi il y a similitude entre les services concernés. L'analyse des signes montre tant du point de vue phonétique que visuel et conceptuel, une ressemblance importante produite par le fait que la partie dominante du signe tient dans le mot "FIGARO" qui est reproduit à l'identique. Il résulte de la similarité des signes et des services en cause un risque de confusion dans l'esprit du public concerné quant à l'origine des services.

La société IRCA a donc commis des actes de contrefaçon de la marque n° 1447624 "LE FIGARO".

Sur la concurrence déloyale et le parasitisme

Les demanders font valoir que deux courriels dont elles attribuent la paternité à Monsieur Yannick C. diffusés les 14 décembre 2011 et le 15 décembre 2011 à de nombreuses agences immobilières par ailleurs clientes de FIGARO CLASSIFIEDS constituent des agissements en concurrence déloyale en ce qu'ils visent à faire croire aux destinataires qu'ils émanent du GROUPE FIGARO ou d'une société émanant de ce groupe et qu'il existe un partenariat entre "Groupe Figaro" et la société IRCA. Le courriel du 14 décembre 2011 a pour expéditeur Propriétés de France à l'adresse de courrier "propriétésdefrance@propriétésdefrance.com". À l'en-tête "PROPRIETES DE FRANCE GROUPE FIGARO" et signé d'"Albert MARTINEZ, président de Propriétés de France", il reprend la substance des informations qui se trouvent sur la page d'accueil du site accessible à l'adresse " www.proprietesdefrance.com" en faisant état d'un partenariat entre Propriétés de France Groupe Figaro et la société IRCA et y ajoute que les agences immobilières peuvent y passer des annonces gratuitement et en continue sur le site www.proprietesdefrance.com grâce au partenariat avec la société IRCA.

Suite à ce courriel, le directeur général de FIGARO CLASSIFIEDS a adressé le même jour aux agences immobilières un message de mise en garde en précisant que son contenu était totalement inexact et qu'il émanait de la société IRCA.

Le lendemain 15 décembre 2011, Monsieur Yannick C. a adressé à ces mêmes agences un courriel à l'entête IRCA pour démentir être l'auteur du courriel du 15 décembre en indiquant

que le site "proprietesdefrance.com" était géré par la fondation HOFFMANN SCHULER "qui en a la pleine jouissance intellectuelle et commerciale" tout en maintenant l'offre de faire passer des annonces gratuitement.

Ainsi qu'il a été dit plus haut, il résulte de l'analyse du contenu du site "proprietesdefrance.com", des mentions légales qui y figurent, ainsi que des renvois qui s'y trouvent vers le site de la société IRCA, que Monsieur Yannick C. et la société IRCA en sont les véritables responsables. Dès lors malgré ses démentis et malgré une signature du courriel au nom d' "Albert MARTINEZ, président de Propriétés de France" qui apparaît fantaisiste, étant précisé qu'il n'existe aucune société enregistrée sous le nom "Propriétés de France", suffisamment d'éléments convergent pour établir que ce courriel émane de la société IRCA.

Par son contenu, celui-ci poursuit le même but que le site, à savoir, ainsi que cela a été dit, créer chez les gérants d'agences immobilières une confusion afin de leur faire croire que l'offre qui y est faite émane d'un partenariat entre le GROUPE FIGARO et la société IRCA.

Dès lors ce courriel, comme celui du 15 décembre 2011 qui le conforte, vise, de manière déloyale, à ce que les agences immobilières, pour publier leurs annonces, se détournent de la société FIGARO CLASSIFIEDS pour passer par la société IRCA.

Il s'agit de ce fait d'agissements fautifs et préjudiciables au sens de l'article 1382 du Code civil qui sont constitutifs d'actes de concurrence déloyale et parasitaire.

Sur les mesures réparatrices

Il y a lieu de faire droit à la demande des sociétés GROUPE FIGARO et FIGARO CLASSIFIEDS de transférer à leur profit, respectivement, la marque française "GROUPE FIGARO" n°3862013 et la marque française "Propriétés de France" n°3861966 qui ont été déposées par Monsieur Yannick C. en fraude leurs droits.

Au titre des contrefaçons des marques, les demanderesses demandent la condamnation in solidum de Monsieur Yannick C. et de la société IRCA à leur payer la somme de 100.000 euros de dommages et intérêts.

Cependant, la contrefaçon par le dépôt des marques effectué par Monsieur Yannick C. n'étant pas constituée, il n'y a pas lieu de condamner ce dernier à ce titre.

Les atteintes causées aux marques justifient de condamner la société IRCA à payer la somme de 5.000 euros à la société FIGARO CLASSIFIEDS, titulaire de la marque "PROPRIÉTÉS DE FRANCE" n°3629934 et 5.000 euros à la SOCIETE DU FIGARO, titulaire de la marque "LE FIGARO" n° 1447624. Au titre de la concurrence déloyale et parasitaire, les demanderesses réclament la condamnation in solidum de Monsieur Yannick C. et la société IRCA à payer la somme de 70.000 euros de dommages et intérêts. Bien qu'elles ne précisent pas à qui cette somme doit être versée, il résulte, sans ambiguïté, du contenu de l'assignation que la société FIGARO CLASSIFIEDS subit le préjudice résultant de ces agissements lequel découle de la confusion engendrée chez les agences immobilières clientes par la réception des courriels litigieux. Les demanderesses font valoir que ces envois de courriels sont d'autant plus préjudiciables qu'ils ont été faits en période de démarchage par la société FIGARO

CLASSIFIEDS des agences immobilières pour recueillir leurs annonces et que le comportement de Monsieur Yannick C. est d'autant plus critiquable qu'il a poursuivi ses agissements malgré une lettre de mise en demeure.

Le préjudice résultant de la confusion engendrée par les courriels en cause n'est pas contestable. Toutefois, au vu des courriels que les agences immobilières ont adressés aux demanderessees qui sont versés au débat, il n'apparaît pas qu'elles aient été trompées au point de se détourner de la société FIGARO CLASSIFIEDS. Et les demanderessees n'apportent pas de preuve en ce sens. Aussi il y lieu de condamner la société IRCA au nom de laquelle Monsieur Yannick C. a commis ces agissements, à verser à la société FIGARO CLASSIFIEDS la somme de 5.000 euros.

Sur les autres demandes

Monsieur Yannick C. et la société IRCA, parties perdantes, seront condamnés in solidum aux dépens dont distraction au profit de Maître Frédéric SARDAIN, en application des dispositions de l'article 699 de Code de procédure civile.

En outre ils doivent être condamnés in solidum à verser aux sociétés GROUPE FIGARO, SOCIETE DU FIGARO et FIGARO CLASSIFIEDS qui ont dû ensemble exposer des frais pour faire valoir leurs droits une indemnité au titre de l'article 700 du Code de procédure civile qu'il est équitable de fixer à la somme de 2000 euros.

Les circonstances de l'espèce justifient le prononcé de l'exécution provisoire qui est de plus compatible avec la nature du litige.

PAR CES MOTIFS

Le Tribunal, statuant publiquement, par mise à disposition au greffe, par jugement réputé contradictoire et rendu en premier ressort :

- DÉCLARE que les enregistrements des marques françaises "GROUPE FIGARO" n° 3862013 et "Propriétés de France" n°3861966 ont été demandés par Monsieur Yannick C. en fraude des droits des sociétés GROUPE FIGARO, SOCIETE DU FIGARO et FIGARO CLASSIFIEDS ;

-DIT que la société IRCA-Immobilier Ross & Crosmann Architecture a commis des actes de contrefaçon des marques françaises " PROPRIÉTÉS DE FRANCE" n°3629934, et le "LE FIGARO" n° 1447624 au préjudice respectivement des sociétés FIGARO CLASSIFIEDS et SOCIETE DU FIGARO ;

- DIT que la société IRCA-Immobilier Ross & Crosmann Architecture a commis des actes de concurrence déloyale et parasitaires au préjudice de la société FIGARO CLASSIFIEDS ;

- ORDONNE le transfert de la marque "GROUPE FIGARO" n° 3862013 à la société GROUPE FIGARO et le transfert de la marque "Propriétés de France" n°3861966 à la société FIGARO CLASSIFIEDS;

- CONDAMNE la société IRCA-Immobilier Ross & Crosmann Architecture à payer à la société FIGARO CLASSIFIEDS et à la société SOCIETE DU FIGARO la somme de 5.000 euros à chacune en réparation du préjudice résultant des actes de contrefaçon ;

- CONDAMNE la société IRCA à payer à la société FIGARO CLASSIFIEDS la somme de 5.000 euros en réparation du préjudice résultant des actes de concurrence déloyale et parasitaire ;

- REJETTE le surplus des demandes ;

- CONDAMNE Monsieur Yannick C. et la société IRCA in solidum aux dépens dont distraction au profit de Maître Frédéric SARDAIN en application des dispositions de l'article 699 de Code de procédure civile ;

- CONDAMNE Monsieur Yannick C. et la société IRCA in solidum à payer au titre de l'article 700 du Code de procédure civile, aux sociétés GROUPE FIGARO, SOCIETE DU FIGARO et FIGARO CLASSIFIEDS, ensemble, une somme de 2000 euros ;

- ORDONNE l'exécution provisoire de la présente décision.

Fait à Paris le 15 février 2013

LE GREFFIER
LE PRÉSIDENT