

**TRIBUNAL
DE GRANDE
INSTANCE
DE PARIS**



3ème chambre 3ème
section

**JUGEMENT
rendu le 16 septembre 2016**

N° RG : 14/15473

N° MINUTE : 7

Assignation du :
27 Octobre 2014

DEMANDERESSES

Société D.P.A.P.
24 rue de la Gibaudière
ZI Romain Erie Sud
49124 SAINT BARTHELEMY D'ANJOU

**Association INTERNATIONAL CAVIAR IMPORTERS
ASSOCIATION représentée par son Président Monsieur Armen
PETROSSIAN**
43 rue de l'Evangile
75018 PARIS

représentées par Me Pascale DEMOLY, avocat au barreau de PARIS,
vestiaire #D0594

DÉFENDERESSE

S.A.S. KAAS PRESTIGE DISTRIBUTION
6 Cité Paradis
75010 PARIS

représentée par Maître Jean AITTOUARES de la SELARL OX,
avocats au barreau de PARIS, vestiaire #A0966

COMPOSITION DU TRIBUNAL

Arnaud DESGRANGES, Vice-Président
Carine GILLET, Vice-Président
Florence BUTIN, Vice-Président

assisté de Marie-Aline PIGNOLET, Greffier

Expéditions
exécutoires
délivrées le

16/09/2016

DEBATS

A l'audience du 14 Mars 2016
tenue en audience publique

JUGEMENT

Prononcé publiquement par mise à disposition au greffe
Contradictoire
en premier ressort

FAITS, PROCÉDURE ET PRÉTENTIONS DES PARTIES

L'INTERNATIONAL CAVIAR IMPORTERS ASSOCIATION, association créée en 1998 pour la défense des intérêts des importateurs de caviar (ci-après dénommée « l'association ICIA ») a pour objet la « *sauvegarde des esturgeons et de leur commerce; assurer l'application de la réglementation C.I.T.E.S. ; établir des normes qualitatives professionnelles, les faire reconnaître par les autorités des différents pays ; sauvegarde des intérêts de l'industrie du caviar* ».

La société D.P.A.P. appartient au groupe PETROSSIAN réputé mondialement dans le domaine de l'épicerie fine et plus particulièrement du caviar et est notamment titulaire de la marque française TZAR OCEAN déposée le 3 avril 2001 et enregistrée sous le n° 01 3 093 099, dûment renouvelée en 2011 pour désigner notamment du « caviar » en classe 29.

Cette marque est selon ces personnes morales exploitée pour du caviar.

Suivant constat d'huissier sur internet du 27 juin 2014, elles ont fait constater que la société KAAS PRESTIGE DISTRIBUTION (ci-après désignée « la société KAAS ») qui a pour nom commercial et enseigne la dénomination TZAR CAVIAR, utilise ce signe pour offrir à la vente un substitut de caviar, notamment sur son site internet accessible à l'adresse suivante www.tzarcaviarfrance.com dont le nom de domaine a été réservé le 2 décembre 2013 par Monsieur Olivier KASSAB, le directeur général de la société KAAS.

Indiquant qu'elles considéraient que l'utilisation de ces signes constituaient des actes de contrefaçon de la marque TZAR OCEAN et que celle du terme caviar pour commercialiser des produits qui n'en contiennent pas est de nature à induire les consommateurs en erreur sur la nature et la qualité des produits, en violation de l'article L. 121-1 du code de la consommation, l'association ICIA et la société D.P.A.P. ont adressé le 3 juillet 2014, une lettre de mise en demeure de cesser ces agissements litigieux.

Par la suite, elles indiquent avoir constaté que la société KAAS utilisait une page facebook «tzarcaviarfrance.com / le Premier substitut de Caviar Cacher» et un autre site Internet www.tzarcaviar.com accessible en français et que les produits litigieux faisaient l'objet de promotion sur divers sites en ligne (JSSNEW.COM, TRIBUNEJUIVE.INFO, RUSSIE INFO, THE TIMES OF ISRAEL, et The Jerusalem Post, blog "koide9enisrael.blogspot.com") et dans plusieurs émissions de télévision ou de radio, et ont fait constater par procès-verbaux d'huissier des 27 septembre 2014 et 7 octobre 2015 que les produits

revêtus des signes litigieux étaient commercialisés en magasin.

C'est dans ces conditions, que l'association ICIA et la société D.P.A.P. ont par acte d'huissier du 27 octobre 2014, fait assigner la société KAAS devant ce tribunal.

Dans leurs dernières écritures notifiées le 28 octobre 2015 par voie électronique, l'association ICIA et la société D.P.A.P. après avoir réfuté les arguments des défenderesses, présentent les demandes suivantes :

Vu les articles L.713-3 et L.716-1 du code de la propriété intellectuelle,
Vu l'article L. 121-1, L. 217-1 et L. 213-1 du code de la consommation,
Vu les articles R 112-8 et R 112-9 du même code

Vu l'arrêté du 24 novembre 1962 et la circulaire du 11 mars 1963 du Ministère de l'Agriculture,

Vu l'article 1382 du code civil,

Vu les articles 699 et 700 du code de procédure civile,

- Déclarer la société D.P.A.P. et L'INTERNATIONAL CAVIAR IMPORTERS ASSOCIATION (ICIA) recevables et bien fondées en toutes leurs demandes ;

- Déclarer la société KAAS PRESTIGE DISTRIBUTION irrecevable à agir en déchéance des droits de la société D.P.A.P. sur la marque TZAR OCEAN N°01 3 093 099 pour d'autres produits que le « caviar » ;

- Constaté l'exploitation réelle et sérieuse de la marque TZAR OCEAN N°01 3 093 099 pour désigner du « caviar » ;

- Débouter la société KAAS PRESTIGE DISTRIBUTION de l'ensemble de ses demandes, fins et conclusions ;

En conséquence,


- Dire et juger que la société KAAS PRESTIGE DISTRIBUTION s'est rendue coupable d'actes de contrefaçon par imitation de la marque TZAR OCEAN N°01 3 093 099 au sens des articles L.713-3 et L.716-1 du code de la propriété intellectuelle ;

- Interdire à la société KAAS PRESTIGE DISTRIBUTION tout usage, à quelque titre que ce soit et de quelque manière que ce soit, notamment à titre de marque, de nom commercial, d'enseigne et de nom de domaine, du signe TZAR CAVIAR en relation avec tous produits et services identiques ou similaires au caviar visé par la marque TZAR OCEAN N°01 3 093 099, sous astreinte de 500 € par infraction constatée, passé un délai de huit jours à compter de la signification du jugement à intervenir.

- Condamner la société KAAS PRESTIGE DISTRIBUTION à verser à la société D.P.A.P. une somme de 50.000 € à titre de dommages et intérêts en réparation du préjudice subi du fait des actes de contrefaçon.

- Dire et juger qu'en offrant à la vente et en commercialisant des produits dont la présentation crée une confusion avec le caviar, la société KAAS PRESTIGE DISTRIBUTION s'est rendue coupable de faits de publicité trompeuse au sens des articles L. 121-1, L. 217-1 et L. 213-1 du code de la consommation ;

- Dire et juger qu'en commercialisant lesdits produits dans un emballage et une publicité comportant des allégations et indications fausses ou de nature à induire en erreur sur les caractéristiques essentielles du produit, à savoir ses qualités substantielles et sa composition, la société KAAS PRESTIGE DISTRIBUTION s'est également rendue coupable de publicité trompeuse au regard des articles L 121-1, L. 217-1 et L. 213-1 du code précité ;



- Dire et juger que l'apposition et l'utilisation de la dénomination TZAR CAVIAR sur lesdits produits constituent une violation de l'arrêté du 24 novembre 1962 et de la circulaire du 11 mars 1963 du Ministère de l'agriculture ;
- Dire et juger qu'en commercialisant lesdits produits sous la dénomination TZAR CAVIAR et sous la présentation litigieuse, la société KAAS PRESTIGE DISTRIBUTION, s'est également rendue coupable d'actes de parasitisme au préjudice de L'INTERNATIONAL CAVIAR IMPORTERS ASSOCIATION (ICIA) ;
- Interdire à la société KAAS PRESTIGE DISTRIBUTION la poursuite de l'offre en vente et /ou la distribution et /ou la commercialisation, du produit sous la présentation litigieuse sous astreinte de 200 euros par unité à compter du jugement à intervenir ;
- Interdire à la société KAAS PRESTIGE DISTRIBUTION la promotion de son produit, sur quelque support que ce soit et en particulier sur son site internet www.tzarcaviarfrance.com ou tout autre site relié, sous la forme et /ou la présentation incriminée, et ce, sous astreinte de 1.000 euros par jour de retard à compter de la signification du jugement à intervenir ;
- Ordonner à la société KAAS PRESTIGE DISTRIBUTION de modifier son nom commercial et son enseigne, sous astreinte de 1.000 euros par jour de retard à compter de la signification du jugement à intervenir ;
- Condamner la société KAAS PRESTIGE DISTRIBUTION à verser à la société D.P.A.P. et L'INTERNATIONAL CAVIAR IMPORTERS ASSOCIATION (ICIA) une somme de 25.000 € chacune à titre de dommages et intérêts en réparation du préjudice subi du fait des actes de publicité trompeuse ;
- Condamner la société KAAS PRESTIGE DISTRIBUTION à verser à la société D.P.A.P. et L'INTERNATIONAL CAVIAR IMPORTERS ASSOCIATION (ICIA) une somme de 10.000 € chacune à titre de dommages et intérêts en réparation de leur préjudice moral ;
- Condamner la société KAAS PRESTIGE DISTRIBUTION à verser à L'INTERNATIONAL CAVIAR IMPORTERS ASSOCIATION (ICIA) une somme de 20.000 € à titre de dommages et intérêts en réparation du préjudice subi du fait des actes de parasitisme ;
- Ordonner à titre de complément de dommages et intérêts la publication du jugement à intervenir dans trois journaux ou périodiques au choix des requérants et aux frais de la société KAAS PRESTIGE DISTRIBUTION, sans que le coût total des publications n'excède la somme de 15.000 €HT ;
- Ordonner également, à titre de complément de dommages et intérêts, la publication de la décision en entier ou par extrait en partie haute de la page d'accueil du site Internet de la société KAAS PRESTIGE DISTRIBUTION et ce, pendant une durée d'un mois, à compter de la signification du jugement à intervenir, et ce sous astreinte de 500 € par jour de retard.
- Dire et juger que le tribunal se réserve le pouvoir de liquider les astreintes prononcées ;
- Ordonner l'exécution provisoire du jugement à intervenir, nonobstant toute voie de recours et sans constitution de garantie ;
- Condamner la société KAAS PRESTIGE DISTRIBUTION à payer aux sociétés D.P.A.P. et L'INTERNATIONAL CAVIAR IMPORTERS ASSOCIATION (ICIA) une somme de 15.000 € chacune au titre de l'article 700 du code de procédure civile ;

- Condamner la société KAAS PRESTIGE DISTRIBUTION en tous les dépens en ce compris les frais de constat, dont distraction au profit de Maître Pascale DEMOLY, avocat aux offres de droit en vertu des dispositions de l'article 699 du code de procédure civile.

Dans ses dernières conclusions notifiées par voie électronique le 10 décembre 2015, la société KAAS demande au tribunal de :

- juger entièrement recevable la demande en déchéance des droits de la société D.P.A.P. sur la marque TZAR OCEAN n°3093099 ;
- à titre subsidiaire, il est demandé au Tribunal de juger recevable la demande en déchéance en ce qu'elle vise les produits « caviar », « oeufs », « poisson », « oeufs de poisson » et « poisson fumé » ;
- prononcer la déchéance des droits de la société D.P.A.P. sur sa marque TZAR OCEAN n°3093099 à compter du 3 avril 2006 ;
- juger que l'ICIA est dépourvue d'intérêt à agir ;
- débouter les demanderesse de toutes leurs demandes, fins et prétentions ;

En tout état de cause :

- condamner solidairement les demanderesse à verser à la société KAAS la somme de 32.000 euros au titre de l'article 700 du code de procédure civile ;
- condamner solidairement les demanderesse aux entiers dépens, dont distraction au profit de Maître AITTOUARES, Avocat au Barreau de Paris, conformément à l'article 699 du code de procédure civile.

L'association ICIA et la société D.P.A.P exposent principalement au soutien de leurs prétentions que :

- la défenderesse est irrecevable à demander la déchéance de la marque la marque TZAR OCEAN N°01 3 093 099 pour d'autres produits que le « caviar » , en ce que cette demande ne se rattache pas aux prétentions originaires par un lien suffisant puisque les demanderesse ne poursuivent la responsabilité de la société KAAS que pour la contrefaçon de la marque en ce qu'elle désigne le produit "caviar" ;
- il est fait un usage certes limité mais suffisamment sérieux et conséquent compte tenu de la nature du produit et de ce que les ventes sont saisonnières essentiellement en fin d'année de la marque TZAR OCEAN sous laquelle est vendu du caviar par la société de demi-grossiste METRO ainsi que sur le site internet Vendôme caviar & Cie et en 2012 sur le site Dompetroff.fr ainsi qu'en témoignent des échanges de courriels avec le directeur commercial de cette société ;
- la disposition sur les emballages et sur les factures établissent un usage à titre de marque ; la marque DOM PETROFF qui figure également sur les emballages est une marque ombrelle utilisée pour désigner divers produits portant eux-mêmes des marques distinctes ;
- la contrefaçon de marque est constituée en ce que la défenderesse commercialise un produit présenté comme un substitut de caviar qui est ainsi identique ou au moins similaire au caviar et que les signes TZAR OCEAN et TZAR CAVIAR sont similaires au point de vue visuel, phonétique, comme conceptuel, ce qui crée un risque de confusion pour le consommateur d'attention moyenne ;
- le préjudice est constitué de l'atteinte à son signe distinctif et du préjudice commercial résultant de détournement de clientèle pour un produit vendu à moindre prix, laquelle clientèle n'est pas limitée au consommateur juif à qui le produit est certes en priorité destiné du fait qu'il est présenté comme cacher ;



- L'ICIA a intérêt à agir au titre de la tromperie du consommateur, pour défendre l'intérêt collectif qu'elle représente en vue de garantir un marché loyal et combattre les pratiques de concurrence déloyale ;
- l'usage du terme caviar est réservé aux oeufs d'esturgeon ainsi qu'il résulte d'une norme internationale et qu'il ressort d'un arrêté du 24 novembre 1962 portant sur "Coloration du caviar et des succédanés de caviar" comportant une définition implicite de ce qu'est le caviar, ainsi que de divers avis de la DGCCRF et de la jurisprudence ;
- la commercialisation sous ce terme de produits fabriqués à base de filets de poissons et ne comportant nullement d'oeufs d'esturgeon induit le consommateur en erreur ;
- la publicité faite par la défenderesse met en avant le terme caviar ; même les termes "substitut de caviar" sont trompeurs dans la mesure où succédané de caviar implique un produit fabriqué avec des oeufs d'autres poissons que l'esturgeon ce qui n'est pas le cas du produit vendu par la défenderesse ;
- l'emballage du produit recherche l'imitation des emballages traditionnels et connus du caviar ;
- la clientèle concernée est plus large que la clientèle juive qui selon la défenderesse saurait que le caviar n'est pas caché et ne serait donc pas trompée par l'appellation du produit précisant qu'il est caché ;
- en recherchant à capter la clientèle et à bénéficier de la réputation d'un produit prestigieux issu notamment du savoir-faire des importateurs, la défenderesse commet des actes de parasitisme.

La défenderesse expose notamment que :

- la demande en déchéance est recevable au moins en ce que la marque vise les produits "*oeufs, poisson, oeufs de poisson et poisson fumé*" qui sont identiques ou similaires avec le caviar et pour lesquels il est en conséquence d'une bonne administration de la justice d'examiner la déchéance de la marque ;
- le chiffre d'affaires annuel réalisé en moyenne avec le produit TZAR OCEAN DOM PETROFF étant pour les cinq dernières années inférieur à cinq mille euros est dérisoire au regard du chiffre d'affaires global de la société D.P.A.P et ne démontre pas un usage sérieux de la marque ;
- les usages de la marque pour commercialiser le produit sur les sites internet invoqués par les demanderesses ne sont pas significatifs et pour partie dans la période suspecte ;
- la description du produit par le client METRO ne mentionne pas la marque ;
- l'objet de l'ICIA est selon ses statuts limité au commerce des esturgeons et de leurs oeufs et ne porte pas sur les règles de concurrence ou la protection de l'appellation caviar ; elle est donc irrecevable à agir ;
- l'usage du mot caviar par la société KAAS ne peut lui être reproché, aucun des textes invoqués par les demanderesses ne s'appliquant à l'espèce en cause ;
- Aucune interdiction d'usage du mot caviar, ni protection à titre de label d'appellation d'origine contrôlée ou en vertu d'une réglementation internationale n'est démontrée ;
- les termes "substitut de caviar" ne sont pas trompeurs et décrivent fidèlement ce qu'est le produit à savoir un produit ayant un goût se rapprochant le plus possible de celui du caviar tout en n'étant pas du caviar ;

- les pages du site internet mises en exergue par les demanderessees doivent être restituées dans l'ensemble de la présentations du produit sur le site qui met notamment en évidence que le produit est certifié cacher et qui décrit précisément ce qu'est le produit ;
- la page facebook présente de même les indications sur la nature et la provenance du produit et sa qualité de produit cacher ;
- l'emballage du produit comme ses étiquettes sont en anglais mais ne sauraient tromper le consommateur puisque figurent les mots 'Caviar substitute' en grosses lettres et la composition du produit ;
- le produit est vendu dans des boutiques de produit cacher ce qui écarte le risque que le consommateur puisse penser qu'il s'agit de caviar ;
- les demandes au titre du parasitisme sont en réalité identiques aux demandes au titre de la publicité trompeuse en ce qu'il s'agit dans les deux cas de faits invoqués de concurrence déloyale ;
- aucun savoir faire n'a été accaparé, il n'y a pas de concurrence déloyale à commercialiser un substitut du caviar ; la renommée du caviar ne provient pas du savoir faire des importateurs de caviar ;
- aucun préjudice n'est démontré.

La clôture a été prononcée par ordonnance du 26 janvier 2016 et l'affaire a été plaidée le 14 mars 2016.

MOTIFS

Sur la déchéance de la marque TZAR OCEAN n°3093099

La marque verbale française TZAR OCEAN n°3093099 déposée le 3 avril 2001 et régulièrement renouvelée le 16 mars 2011 vise les produits suivants :

“ viande, poisson, volaille et gibier ; extraits de viande ; fruits et légumes conservés, séchés et cuits, gelées, confitures, compotes, oeufs, lait et produits laitiers, huiles et graisses comestibles ; caviar, oeufs de poisson, poisson fumé ” en classe 29 et “ Café, thé cacao, sucre, riz, tapioca, sagou, succédanés du café ; farines et préparations de céréales, pain, pâtisserie et confiserie, glaces comestibles ; miel, sirop de mélasse, levure, poudre pour faire lever ; sel, moutarde, vinaigre, sauce (condiments) ; épices, glace à rafraîchir ” en classe 30.

La société D.P.AP est devenue titulaire de cette marque et a été enregistrée en cette qualité au registre national des marques le 18 octobre 2005.

La société KAAS demande que soit prononcée la déchéance des droits de la société D.P.AP. sur la marque la marque TZAR OCEAN n°3093099 pour tous les produits visés en faisant valoir qu'elle n'a jamais fait l'objet d'un usage sérieux.

Les demanderessees soulèvent en premier lieu l'irrecevabilité de la demande.

a) sur la recevabilité de la demande de déchéance

Aux termes de l'article 70 du code de procédure civile, les demandes reconventionnelles ne sont recevables que si elles se rattachent aux prétentions originaires par un lien suffisant.



Il est par ailleurs constant que la partie à l'encontre de laquelle est invoquée la contrefaçon d'une marque est recevable, à demander reconventionnellement la déchéance des droits de la partie adverse sur ladite marque pour les produits et services visés qui lui sont opposés.

Les demanderesses font valoir que la société KAAS serait dépourvue d'intérêt à agir en déchéance de la marque en cause pour les autres produits que le caviar qui est le seul qu'elle vise dans sa demande en contrefaçon.

Il n'est ainsi pas contesté que pour se défendre de l'action en contrefaçon, la société KAAS est recevable à demander la déchéance de la marque TZAR OCEAN n°3093099 pour le produits "caviar".

En revanche la demande en déchéance de la marque n'est pas recevable pour les autres produits visés dans l'enregistrement qui ne sont pas invoqués au titre de la contrefaçon, à l'exception toutefois du produit "oeuf de poisson" qui est étroitement similaire au produit caviar et constitue une catégorie de produits dont le caviar constitue l'élément le plus connu.

En conséquence la demande reconventionnelle en déchéance des droits de la société D.P.AP sur la marque TZAR OCEAN n°3093099 est recevable uniquement pour les produits "caviar" et "oeufs de poisson".

b) sur la déchéance des droits

L'article L. 714-5 du code de la propriété intellectuelle dispose que :

"Encourt la déchéance de ses droits, le propriétaire de la marque qui, sans justes motifs, n'en a pas fait un usage sérieux pour les produits et services visés dans l'enregistrement, pendant une période ininterrompue de cinq ans.

(...)La déchéance peut être demandée en justice par toute personne intéressée. Si la demande ne porte que sur une partie des produits ou des services visés dans l'enregistrement, la déchéance ne s'étend qu'aux produits ou aux services concernés.

L'usage sérieux de la marque commencée ou reprise postérieurement à la période de cinq ans visée au premier alinéa du présent article n'y fait pas obstacle s'il a été entrepris dans les trois mois précédents la demande en déchéance et après que le propriétaire a eu connaissance de l'éventualité de cette demande.

La preuve de l'exploitation incombe au propriétaire de la marque dont la déchéance est demandée. Elle peut être rapportée par tous moyens. La déchéance prend effet à la date d'expiration du délai de cinq ans prévu au premier alinéa du présent article. Elle a un effet absolu".

Une marque fait l'objet d'un usage sérieux lorsqu'elle est utilisée, conformément à sa fonction essentielle qui est de garantir l'identité d'origine des produits ou des services pour lesquels elle a été enregistrée, aux fins de créer ou de conserver un débouché pour ces produits et services, à l'exclusion d'usages de caractère symbolique ayant pour seul objet le maintien des droits conférés par la marque.

L'appréciation du caractère sérieux de l'usage de la marque doit reposer sur l'ensemble des faits et des circonstances propres à établir la réalité de l'exploitation commerciale de celle-ci dans la vie des affaires, en particulier les usages considérés comme justifiés dans le secteur économique concerné pour maintenir ou créer des parts de marché au profit des produits ou des services protégés par la marque, la nature de ces produits ou de ces services, les caractéristiques du marché, l'étendue et la fréquence de l'usage de la marque.

La société KAAS soutient que les pièces versées aux débats par la société D.P.AP. ne démontrent qu'un usage extrêmement limité de la marque TZAR OCEAN qui ne peut pas être qualifié de sérieux et n'est par conséquent pas suffisant pour écarter la demande de déchéance des droits de la société D.P.AP.

Elle demande que celle-ci soit prononcée à compter du 3 avril 2006 en retenant ainsi comme période ininterrompue durant laquelle il n'aurait pas été fait un usage sérieux de la marque les cinq années suivant son dépôt.

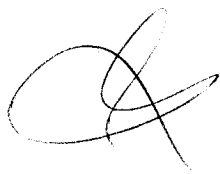
Toutefois, il résulte de l'article L. 714-5 alinéa 4 du code de la propriété intellectuelle que l'usage sérieux de la marque repris ou commencé postérieurement à la période de cinq ans retenue, fait obstacle à la déchéance, à condition que cette exploitation ait débuté trois mois avant la demande de déchéance et avant que le défendeur ait été informé de l'éventualité de cette demande.

En l'espèce la société D.P.AP a été informée de cette éventualité par la lettre du conseil de la défenderesse du 8 août 2014 qui faisait suite à la mise en demeure du 3 juillet 2014, et dans laquelle il lui était demandé de fournir des preuves d'usage sérieux de la marque.

Il s'ensuit que seules les preuves d'usage sérieux antérieur au 8 août 2014 peuvent être retenues.

En l'espèce les demanderesses versent aux débats des extraits des catalogues de fin d'année de la société semi-grossiste METRO de 2011, 2012 et 2013 présentant à la vente un caviar d'esturgeon blanc, ou caviar blanc, présenté sous deux marques : TZAR OCEAN et DOM PETROFF.

Le produit est certes désigné dans le texte comme caviar d'esturgeon blanc DOM PETROFF mais la photographie du produit permet de distinguer nettement que le couvercle présente en caractère dominant le signe TZAR OCEAN. Contrairement à ce que soutient la défenderesse, il s'agit d'un usage de ce signe à titre de marque puisqu'il sert à identifier le produit pour le distinguer d'autres produits et à indiquer son origine. La circonstance que la marque soit utilisée avec une autre marque, ici la marque française DOM PETROFF dont est également titulaire la société D.P.AP, n'invalide pas l'usage à titre de marque, puisqu'il est constant que deux marques peuvent être exploitées de manière associée.



Les factures émises par la société D.P.A.P. à l'ordre de la société METRO des 30 novembre et 12 décembre 2011, 26 novembre, 11 et 20 décembre 2012, du 16 décembre 2013, des 15 et 20 octobre 2014 et des 3 et 12 novembre 2014, établissent que le produit correspondant aux produits exposés dans le catalogue, qui dans les factures est désigné "caviar TZAR OCEAN" a été régulièrement acheté par la société METRO. Le renouvellement des commandes implique que ces produits ont été achetés par la clientèle. Les commandes sont certes saisonnières puisque situées en fin d'année et en quantités réduites, mais ces caractéristiques sont propres à la nature du produit - du caviar - désigné par la marque.

Par ailleurs, il ressort des captures d'écran du site Vendôme caviar & Cie et du site dompetroff.fr issues d'un site de recherche d'archives sur internet que ce produit a également été offert la vente sur ces sites antérieurement au 8 août 2014.

L'ensemble de ces preuves établit que l'usage invoqué correspond aux finalités de l'usage des marques et ne sont pas des usages symboliques uniquement destinés à entretenir artificiellement la validité des droits sur le titre.

Il s'ensuit que la demande de déchéance des droits de la société D.P.A.P. sur la marque TZAR OCEAN est rejetée.

Sur la contrefaçon de marque

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 : ...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.*"

L'article L. 716 -1 du code de la propriété intellectuelle prévoit que "*L'atteinte portée au droit du propriétaire de la marque constitue une contrefaçon engageant la responsabilité civile de son auteur. Constitue une atteinte aux droits de la marque, la violation des interdictions prévues par les articles L. 713-2, L. 713-3 et L.713-4*".

Au visa de ces textes, la société D.P.A.P. fait valoir que la société KAAS commettrait des actes de contrefaçon de sa marque TZAR OCEAN en ce qu'elle désigne le produit "caviar" en commercialisant un substitut de caviar sous le signe TZAR CAVIAR, ainsi qu'en faisant usage de ce signe à titre d'enseigne et de nom commercial et par l'exploitation d'un site internet accessible par le nom de domaine tzarcaviarfrance.com réservé par le directeur général de la société KAAS le 13 décembre 2013.

La société KAAS ne s'oppose à la demande en contrefaçon qu'en soutenant la déchéance de la marque qui lui est opposée. Cette demande ayant été rejetée, il y a lieu de constater qu'elle ne conteste pas pour le reste les actes de contrefaçon qui lui sont reprochés.

Il résulte des procès-verbaux de constat internet et de constat d'achat des 27 juin 2014, 24 septembre 2014 et 7 octobre 2015, ainsi que de l'extrait Kbis de la société KAAS que cette dernière qui a pour nom commercial et enseigne TZAR CAVIAR présente au public et annonce qu'elle offrira prochainement à la vente sur le site tzarcaviarfrance.com un "substitut" de caviar qu'elle importe et commercialise en France sous le signe éponyme TZAR CAVIAR, et qu'elle indique être un produit cachet susceptible de ce fait d'être consommé par les consommateurs juifs souhaitant se conformer au précepte de leur religion, alors que le caviar du fait qu'il est constitué d'oeufs d'esturgeon, produit émanant d'un poisson sans écailles, n'est pas cachet.

Les deux constats d'achat établissent que le produit présenté sur le site internet est commercialisé dans un commerce de Saint Mandé, ce qui n'est pas contesté par la défenderesse qui indique le proposer à la vente dans sept commerces.

Il convient d'examiner si du fait des similitudes pouvant exister entre les signes et entre les produits désignés, il existe un risque de confusion dans l'esprit du public concerné.

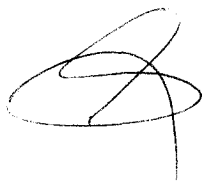
Le produit désigné par le signe argué de contrefaçon est fortement similaire au produit caviar visé par la marque TZAR OCEAN dès lors qu'il se présente comme un substitut de caviar et que dans la présentation du produit, sont repris tous les codes visuels et façons de consommer le produit propres au caviar.

L'appréciation de la similitude visuelle, auditive et conceptuelle des signes doit être fondée sur l'impression d'ensemble produite par ceux-ci, en tenant compte, notamment, de leurs éléments distinctifs et dominants.

Entre le signe TZAR OCEAN et le signe TZAR CAVIAR le premier mot TZAR induit une similitude visuelle et auditive. Le mot caviar est dans le signe argué de contrefaçon quasi descriptif puisque le produit qu'il désigne est un substitut de caviar. Aussi le mot TZAR est l'élément distinctif dominant de ce signe. En outre d'un point de vue conceptuel, le consommateur sera amené à faire un rapprochement entre les deux signes dès lors que la marque TZAR OCEAN désigne le produit caviar, mot repris dans le signe argué de contrefaçon, le terme OCEAN de la marque opposée étant en outre secondaire tant par son positionnement que par sa portée évocatrice de produits issus de la mer.

Il s'ensuit qu'il existe pour le consommateur un risque de confusion de sorte que la contrefaçon de la marque TZAR OCEAN désignant le produit caviar est établi.

Le nom commercial et l'enseigne TZAR CAVIAR qui sont utilisés pour présenter sur le site tzarcaviarfrance.com le produit TZAR CAVIAR et le commercialiser, constituent également des actes de contrefaçon, tout comme l'exploitation du site sous ce nom de domaine, toutes ces dénominations étant susceptibles d'être confondues par le consommateur avec la marque TZAR OCEAN ou le conduisant à considérer qu'elles traduisent des intérêts liés avec la société exploitant ladite marque.



En conséquence, les actes de contrefaçon invoqués sont établis.

Sur les pratiques commerciales trompeuses

L'article L. 121-1 du code de la consommation dispose qu'une pratique commerciale est trompeuse :

"1° Lorsqu'elle crée une confusion avec un autre bien ou service, une marque, un nom commercial, ou un autre signe distinctif d'un concurrent.

2° Lorsqu'elle repose sur des allégations, indications ou présentations fausses ou de nature à induire en erreur et portant sur l'un ou plusieurs des éléments suivants : (...)

b) Les caractéristiques essentielles du bien ou du service, à savoir : ses qualités substantielles, sa composition, ses accessoires, son origine, sa quantité, son mode et sa date de fabrication, les conditions de son utilisation et son aptitude à l'usage, ses propriétés et les résultats attendus de son utilisation, ainsi que les résultats et les principales caractéristiques des tests et contrôles effectués sur le bien ou le service."

Les demanderesse exposent au visa de cette disposition qu'en utilisant le terme caviar pour commercialiser un produit qui n'est pas composé d'oeufs d'esturgeon et de sels, alors que suivant divers textes ce mot serait réservé à désigner un produit ainsi composé, la société KAAS tromperait le consommateur sur la nature du produit qu'elle importe et vend en France.

En outre, elles font valoir que la présentation de l'emballage du produit contribuerait à cette confusion par la ressemblance recherchée avec la façon dont se présente habituellement les emballages de caviar, tout comme la présentation du produit sur le site internet tzarcaviarfrance.com et sur la page facebook de la société qui rechercherait à créer la confusion avec le caviar. Elles soutiennent que l'emploi de la dénomination substitut de caviar est trompeuse en ce qu'elle est synonyme de succédané de caviar qui sert à désigner des produits composés d'oeufs de poissons autres que les esturgeons et de sel.

La tromperie du consommateur qui en résulte serait constitutive d'acte de concurrence déloyale causant préjudice tant à la société D.P.A.P. qu'aux intérêts collectifs des importateurs de caviar que défend l'association ICIA .

La société KAAS oppose en premier lieu le défaut d'intérêt à agir de l'ICIA, et sur le fond l'absence de réglementation de l'utilisation du terme caviar pour dénommer d'autres produits que les oeufs d'esturgeons, la précision suffisante que donnent l'étiquetage du produit et sa présentation sur le site internet sur le fait qu'il est un substitut de caviar tout en étant caché et à ce titre consommable par les consommateurs juifs à qui il est destiné comme le montrerait sa commercialisation dans des commerces ou des rayons cachés.

a) sur la recevabilité de l'association ICIA

La société KAAS soutient que l'association ICIA ne disposerait d'aucun intérêt à agir pour défendre l'intérêt collectif de ses membres en vue de protéger la dénomination caviar ou d'agir contre une

personne qui ne commercialise pas du caviar car ces objectifs n'entreraient pas dans la définition de l'objet de l'association lequel serait limité selon elle au secteur du commerce des esturgeons et de leurs oeufs en vue d'assurer leur préservation et de maintenir des normes d'élevage et de production garantissant leur qualité.

L'article 31 du code de procédure civile dispose ;
« *L'action est ouverte à tous ceux qui ont un intérêt légitime au succès ou au rejet d'une prétention, sous réserve des cas dans lesquels la loi attribue le droit d'agir aux seules personnes qu'elle qualifie pour élever ou combattre une prétention, ou pour défendre un intérêt déterminé* ».

Par ailleurs, l'article L.470-7 du code de commerce dispose que "*Les organisations professionnelles peuvent introduire l'action devant la juridiction civile ou commerciale pour les faits portant un préjudice direct ou indirect à l'intérêt collectif de la profession ou du secteur qu'elles représentent ou à la loyauté de la concurrence*".

L'association ICIA est une association regroupant les sociétés importatrices de caviar. Son objet déclaré en préfecture comporte notamment "*Sauvegarde des intérêts de l'industrie du caviar*". Par ailleurs, l'article 4 de ses statuts qui énonce l'objet de l'association stipule qu'elle pour but notamment de représenter ou défendre les intérêts généraux des membres.

Dès lors, l'association ICIA a un intérêt à agir en justice pour défendre l'intérêt collectif de ses membres lequel comporte la protection du terme caviar contre des utilisations induisant le consommateur en erreur sur la nature du produit vendu sous ce terme et susceptibles de constituer une concurrence déloyale à l'égard de ses membres.

En conséquence des demandes de l'association ICIA au titre des pratiques commerciales trompeuses sont recevable

b) sur la réglementation de l'usage du terme caviar

La défenderesse ne conteste pas que le terme caviar désigne des oeuf d'esturgeons de la famille des Acipenseridés préparés avec du sel. Cette définition est fixée dans une norme internationale FAO n°291-2010.

S'il n'existe pas de disposition applicable en France réglementant directement l'utilisation du terme caviar pour d'autre produit, il résulte toutefois de l'arrêté ministériel du 24 novembre 1962 relatif à "*La coloration du caviar et des succédanés de caviar*", une réglementation sur l'emploi des termes "succédané de caviar" puisqu'il est énoncé que "*La dénomination « succédané de caviar » doit être donnée aux produits similaires au caviar préparés avec des oeufs de poisson autres que ceux d'esturgeon. Cette dénomination doit être inscrite sur une seule ligne en caractères de même apparence et de même dimension. Exception faite de cette dénomination où il est inclus, le mot « caviar » ne doit pas figurer sur les récipients ou les étiquettes de ceux-ci; il est également interdit de faire emploi de tout dérivé du mot « caviar »*

Par ailleurs la DGCCRF a édité des fiches pratiques, certes dépourvues de valeur normative, mettant en garde contre la confusion qui peut résulter de l'utilisation abusive du terme caviar sur l'étiquetage.

Il résulte de la définition communément admise et validée par une norme internationale, que le terme caviar employé seul doit être réservé à l'étiquetage de produit composé d'oeufs d'esturgeon sous peine d'induire le consommateur en erreur sur la qualité substantielle du produit vendu.

Le produit vendu par la société KAAS sous la marque TZAR CAVIAR est selon ses dires et les explications présentés sur son site composé à partir de poissons naturels, maquereaux et saumon et d'huile végétale.

Ce produit n'est ni composé à partir d'oeufs d'esturgeon ni même à partir d'oeufs d'autres poissons.

La défenderesse fait valoir qu'elle ne dissimulerait nullement le fait que le produit qu'elle vend n'est pas du caviar en indiquant clairement qu'il s'agit d'un substitut de caviar qui cherche à se rapprocher le plus possible du goût, de la texture et de l'apparence du caviar, tout en étant un produit caché.

Toutefois, dès lors que le produit en cause n'est pas du caviar, l'utilisation du terme caviar pour le vendre et le promouvoir doit être faite dans des conditions n'induisant aucun risque de confusion pour le consommateur sur le fait que le produit ainsi offert à la vente n'est pas du caviar.

Toutefois les termes "substitut de caviar" pour désigner le produit en cause d'une part ne contreviennent en eux-mêmes à aucune réglementation et sont suffisamment explicites pour écarter le risque de confusion, sous réserve d'être nettement mis en exergue sur l'emballage et l'étiquette.

c) l'étiquetage et la présentation du produit

En l'espèce, le produit qui a fait l'objet des constats d'achat du 27 septembre 2014 et du 7 octobre 2015 est conditionné dans une boîte en verre sur le couvercle de laquelle les mots TZAR CAVIAR sont prédominants par la taille de leurs caractères et leur emplacement ainsi qu'un logo représentant un Poséidon devant des grains noirs fortement évocateurs du caviar.

Cette présentation du conditionnement tend nécessairement à faire croire que le produit en question est du caviar. La mention "Product of Russia" et les mots en lettres cyrilliques ne lèvent pas la confusion pour le consommateur français puisque nombre de caviars proviennent de ce pays. L'indication "caviar substitute", outre qu'elle excessivement discrète par rapport à TZAR CAVIAR et peut aisément être ignorée par le consommateur, est ambiguë pour l'acheteur français en ce qu'elle utilise un terme anglais. Enfin l'étiquetage placé sur le côté qui renseigne le consommateur sur le contenu exact du produit est rédigé en anglais, en contravention avec l'article R. 112-1 du code de la consommation qui prévoit que les mentions d'étiquetage doivent être facilement compréhensibles et rédigées en langue française.

L'invocation par la défenderesse de ce que le produit étant caché et vendu dans des magasins spécialisés, le consommateur juif à qui il est destiné ne peut être trompé par la présentation du produit puisqu'il sait que le caviar n'est pas caché, n'est pas opérante puisque le produit est



susceptible d'être acheté par d'autres consommateurs se rendant dans des magasins proposant à la vente des produits cacher et qu'au demeurant il n'est pas démontré que l'étiquetage sur le produit justifie qu'il s'agit d'un produit cacher, ni même que les sept magasins dans lesquels il est commercialisé soient réservés à des produits cacher, ou que le produit soit mis en vente dans des rayons cacher.

La commercialisation de ce produit dans ce conditionnement constitue une pratique commerciale trompeuse en ce que sa présentation est de nature à induire en erreur sur sa qualité substantielle et ses caractéristiques.

La société KAAS a ainsi commis des actes de concurrence déloyale au préjudice d'une part de l'intérêt collectif des sociétés commercialisant du véritable caviar et plus spécifiquement de la société D.P.AP.

d) sur la présentation du produit sur le site internet tzarcaviarfrance.com et sur la page facebook de la société

Le site est intégralement destiné à la présentation du produit TZAR CAVIAR. Les captures d'écran du site réalisées par l'huissier de justice dans le procès-verbal du 27 juin 2014 montrent qu'est manifestement recherchée par le choix des photographies du produit ou les recettes proposées qui sont identiques à des recettes usuelles à base de caviar, la proximité avec l'univers de ce produit. Toutefois, le contenu du site explicite très clairement, si l'on fait abstraction de la dénomination du produit TZAR CAVIAR qui est omniprésente, qu'il s'agit d'un produit de substitution au caviar, certifié cacher.

Aussi si l'appellation du produit est fautive car constitutive de contrefaçon de marque et en outre trompeuse sur la qualité du produit, le contenu de site, indépendamment de l'appellation ne constitue pas une publicité trompeuse .

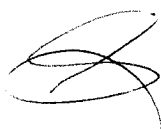
Il en va de même pour la page facebook qui met suffisamment en évidence que le produit est un substitut de caviar, les éventuels éléments de confusion avec le caviar résultant de la dénomination du produit et des photographies de son conditionnement lesquels sont par ailleurs déjà sanctionnés.

Sur les actes de parasitisme

L'association ICIA seule, soutient que la société KAAS aurait commis des actes de parasitisme en se mettant dans le sillage des sociétés qui commercialisent du caviar pour bénéficier de la notoriété et du prestige associé au caviar et ainsi procurer au produit TZAR CAVIAR un effet attractif.

La défenderesse oppose que la demande de l'association ICIA qui n'aurait pas d'intérêt à agir, ne serait pas recevable.

Il sera rappelé que sont sanctionnés au titre du parasitisme, sur le fondement de l'article 1382 du code civil, les comportements qui permettent à leur auteur de tirer profit sans bourse délier d'une valeur économique d'autrui lui procurant un avantage concurrentiel injustifié, fruit d'un savoir-faire, d'un travail intellectuel et d'investissements.



Le parasitisme s'apprécie en conséquence par rapport au savoir faire ou aux investissements d'une personne déterminée et non par rapport à un intérêt collectif.

En conséquence les demandes de l'association ICIA au titre du parasitisme sont irrecevables.

Sur les mesures réparatrices

a) l'indemnisation des préjudices

- le préjudice résultant de la contrefaçon de marque

L'article L.716-14 du code de la propriété intellectuelle dispose que :

“Pour fixer les dommages et intérêts, la juridiction prend en considération distinctement :

1° les conséquences économiques négatives de la contrefaçon dont le manque à gagner et la perte subis par la partie lésée ;

2° le préjudice moral causé à cette dernière ;

3° et les bénéfices réalisés par l'auteur de l'atteinte aux droits y compris les économies d'investissements intellectuels, matériels et promotionnels que celui a retirées de l'atteinte aux droits.

Toutefois la juridiction peut, à titre d'alternative et sur demande de la partie lésée, allouer à titre de dommages et intérêts une somme forfaitaire qui ne peut être inférieure au montant des redevances ou droits qui auraient été dus si le contrefacteur avait demandé l'autorisation d'utiliser le droit auquel il a porté atteinte”

La société D.P.AP. invoque l'atteinte qu'elle subit à son signe distinctif et le préjudice commercial résultant de la commercialisation d'un produit sous la marque contrefaisante et présenté en outre comme cinq fois moins cher que le caviar, ce qui conduirait des consommateurs à se détourner de son produit, et demande à ce titre une somme de 50.000 euros en réparation du préjudice subi.

Cependant, comme le fait valoir la société défenderesse, le préjudice commercial par le détournement de clientèle n'est pas prouvé par des données chiffrées. En outre les pièces versées par la demanderesse pour démontrer l'existence de campagne dans les médias pour promouvoir le produit concernent principalement des médias essentiellement destinés à un public juif, moins que d'autres susceptible d'être détourné de l'achat de caviar TZAR OCEAN du fait qu'il s'agit d'un produit qui n'est pas caché.

Enfin, le chiffre d'affaires réalisé par la commercialisation auprès de la société METRO du caviar vendu sous la marque TZAR OCEAN, tel qu'établi par les pièces versées aux débats était extrêmement modeste (15.498 euros en 2010, 2.250 euros en 2011, 3.690 euros en 2012) même avant l'apparition sur le marché du substitut de caviar TZAR CAVIAR, de telle sorte que le détournement de clientèle même à le supposer établi reste nécessairement très limité d'autant plus qu'il serait constitué uniquement par la diminution de la marge réalisée.

Il reste toutefois que la contrefaçon porte atteinte au droit de propriété intellectuelle que la société D.P.AP. détient sur sa marque et lui cause à ce titre un préjudice moral.

Il s'ensuit que la société KAAS doit être condamnée à verser une somme de 10.000 euros en réparation du préjudice subi du fait de la contrefaçon.

- le préjudice résultant de actes de concurrence déloyale

Chacune des parties demanderesse sollicitent une somme de 25.000 euros au titre du préjudice subi du fait des agissements de pratiques commerciales trompeuses et une somme de 10.000 euros au titres du préjudice moral.

La défenderesse fait valoir que l'existence du préjudice n'est pas démontrée.

Il existe nécessairement un préjudice causé à l'intérêt collectif des importateur de caviar par la confusion entretenue par la société KAAS entre son produit et le caviar. Toutefois, il est principalement réparé par les mesures d'interdiction, et n'est pas quantifiable. En conséquence il sera alloué à l'ICIA une somme de un euro. Il n'est pas démontré de préjudice moral distinct de sorte que la demande à ce titre sera rejetée.

La société D.P.AP. subit nécessairement un préjudice spécifique puisqu'elle commercialise un produit sous une marque qui a été contrefaite pour vendre le substitut de caviar, de sorte que la confusion entretenue sur la nature du produit vient aggraver le préjudice subi au titre de la contrefaçon, sans que ce préjudice puisse être exactement quantifié. Il convient de lui allouer à ce titre une somme de 5.000 euros. La demande au titre du préjudice moral sera rejetée faute de démontrer celui-ci.

b) les autres mesures

Il sera interdit dans les conditions précisées au dispositif à la société KAAS d'offrir à la vente et de commercialiser ou de promouvoir de quelque façon que ce soit le produit substitut de caviar en utilisant le signe TZAR CAVIAR.

Il y a lieu également de lui interdire de commercialiser ce produit en utilisant le terme caviar sur le conditionnement et l'étiquette sans faire apparaître en langue française, de manière prépondérante par rapport aux autres indications que le produit vendu n'est pas du caviar mais un substitut de caviar.

Le nom commercial et l'enseigne de la société devront être modifiés pour ne plus comporter les termes TZAR CAVIAR.

Il y a lieu également d'interdire à la société KAAS l'exploitation du site internet tzarcaviarfrance.com sous ce nom de domaine pour présenter et faire la promotion du substitut de caviar.

La publication de la décision sera ordonnée dans les conditions précisées au dispositif.

Sur les demandes relatives aux frais du litige et aux conditions d'exécution de la décision

La société KAAS, partie perdante, sera condamnée aux dépens dont distraction au profit de Maître Pascale DEMOLY en application des



dispositions de l'article 699 du code de procédure civile.

En outre elle doit être condamnée à verser aux demanderessees qui ont dû dû 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 globale de 10.000 euros.

Il n'y a pas lieu d'ordonner l'exécution provisoire.

PAR CES MOTIFS

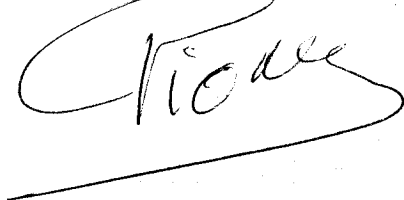
Le Tribunal, statuant publiquement, par mise à disposition au greffe, par jugement contradictoire et rendu en premier ressort :

- DIT que les demandes de L'INTERNATIONAL CAVIAR IMPORTERS ASSOCIATION (ICIA) au titre de la concurrence déloyale sont recevables ;
- DÉCLARE irrecevables les demandes de L'INTERNATIONAL CAVIAR IMPORTERS ASSOCIATION (ICIA) au titre du parasitisme ;
- DIT que la demande de déchéance des droits de la société D.P.AP. sur la marque française TZAR OCEAN n° 01 3 093 099 est recevable uniquement en ce qu'elle concerne les produits "caviar" et oeufs de poisson"
- REJETTE la demande de déchéance des droits de la société D.P.AP. sur la marque française TZAR OCEAN n° 01 3 093 099 ;
- DIT que la société KASS PRESTIGE DISTRIBUTION, en commercialisant et assurant la promotion d'un produit qu'elle définit comme un substitut de caviar sous le signe TZAR CAVIAR, en utilisant ce signe à titre de nom commercial et d'enseigne pour commercialiser et promouvoir ce produit ainsi qu'en exploitant à ces mêmes fins un site internet sous le nom de domaine tzarcaviarfrance.com, a commis des actes de contrefaçon de marque au préjudice de la société D.P.AP.;
- DIT que la société KASS PRESTIGE DISTRIBUTION a commis des actes de concurrence déloyale par des pratiques commerciales trompeuses résultant des indications apposées sur le couvercle et les étiquettes du produit substitut de caviar qu'elle commercialise ;
- CONDAMNE la société KASS PRESTIGE DISTRIBUTION à verser à la société D.P.AP. une somme de 10.000 euros au titre de la réparation du préjudice résultant des actes de contrefaçon de marque ;
- CONDAMNE la société KASS PRESTIGE DISTRIBUTION à verser à la société D.P.AP. une somme de 5.000 euros au titre de de la réparation du préjudice résultant des actes de concurrence déloyale ;
- CONDAMNE la société KASS PRESTIGE DISTRIBUTION à verser à L'INTERNATIONAL CAVIAR IMPORTERS ASSOCIATION (ICIA) un euro au titre de la réparation de son préjudice résultant des actes de concurrence déloyale ;

- INTERDIT à la société KASS PRESTIGE DISTRIBUTION d'offrir à la vente, de commercialiser et d'assurer la promotion du produit substitut de caviar en utilisant le signe TZAR CAVIAR, et ce sous astreinte de 300 euros par infraction constatée à l'expiration d'un délai de quinze jours à compter de la signification du présent jugement ;
- INTERDIT à la société KASS PRESTIGE DISTRIBUTION de commercialiser ce produit en utilisant le terme caviar sur le conditionnement et l'étiquette autrement qu'en faisant apparaître en langue française, de manière prépondérante par rapport aux autres indications que le produit vendu est un substitut de caviar et ce sous astreinte de 300 euros par infraction constatée à l'expiration d'un délai de quinze jours à compter de la signification du présent jugement ;
- ORDONNE à la société KASS PRESTIGE DISTRIBUTION de modifier dans un délai de trois mois à compter de signification du jugement sa dénomination sociale et son nom d enseigne de manière à en supprimer les termes "TZAR CAVIAR", et ce sous astreinte de 150 euros par jour de retard ;
- INTERDIT à la société KASS PRESTIGE DISTRIBUTION de poursuivre l'exploitation du site internet tzarcaviarfrance.com sous ce nom de domaine pour présenter et faire la promotion d'un produit défini comme un substitut de caviar, et ce sous astreinte de 1.000 euros par infraction constatée passé un délai de quinze jours à compter de la signification du jugement ;
- DIT que le Tribunal se réserve la liquidation des astreintes ;
- ORDONNE la publication du jugement dans deux périodiques au choix des demanderesses et aux frais de la société la société KASS PRESTIGE DISTRIBUTION dans la limite de 3.500 euros H.T. par publication ;
- CONDAMNE la société KASS PRESTIGE DISTRIBUTION aux dépens dont distraction au profit de Maître Pascale DEMOLY en application des dispositions de l'article 699 du code de procédure civile ;
- CONDAMNE la société KASS PRESTIGE DISTRIBUTION à payer à la société D.P.AP. et à L'INTERNATIONAL CAVIAR IMPORTERS ASSOCIATION (ICIA) ensemble une somme globale de 10.000 euros à la société au titre de l'article 700 du code de procédure civile ;
- REJETTE le surplus des demandes ;
- DIT n'y avoir lieu à l'exécution provisoire de la présente décision.

Fait à PARIS le 16 septembre 2016

LE GREFFIER



P/ LE PRÉSIDENT
empêché

