

**TRIBUNAL
D E GRANDE
I N S T A N C E
D E P A R I S**

3ème chambre 1^{ère} section

N° RG : 08/17928

JUGEMENT rendu le 22 Juin 2010

DEMANDERESSE

Société REED BUSINESS INFORMATION

2 rue Maurice Hartmann

92133 ISS Y LES MOULINEAUX

représentée par Me Anne MESSAS, avocat au barreau de PARIS,
vestiaire P539

DÉFENDEURS

Monsieur Wenceslas BORDERIAS

7, rue Pelée

75011 PARIS

S.A.S. SPORT STRATEGIES

dont le siège social est situé 100, rue Louis Blanc - 60160

MONTATAIRE et prise en son établissement sis 72 rue Maurice

Torrez - 92000 NANTERRE

représentée par Me Isabelle MARCUS MANDEL, avocat au barreau
de PARIS, avocat postulant, vestiaire #R275 et plaidant par Me Michel
KUHNS - Cabinet Jérôme GAVAUDAN & Michel KUHNS, avocat au
barreau de Marseille

COMPOSITION DU TRIBUNAL

Marie-Christine COURBOULAY, Vice Présidente

Marie SALORD, Vice Présidente

Cécile VITON, Juge

assistées de Léoncia BELLON, Greffier

DEBATS

A l'audience du 04 Mai 2010

tenue en audience publique

JUGEMENT, prononcé en audience publique, contradictoire en premier ressort

FAITS ET PRÉTENTIONS

La société REED BUSINESS INFORMATION (ci-après société RBI) a notamment pour activité l'édition, la publication et la formation professionnelle. Elle est titulaire de la marque semi-figurative française « Stratégies » n°1240001, déposée le 1er octobre 1971 en classes 9,16,28,35,41,42 et régulièrement renouvelée depuis.

La société RBI diffuse sous cette dénomination un magazine visant à conseiller les professionnels dans le domaine du marketing, de la communication et des médias. Elle propose également sous cette marque des services de publicité, organise des conférences et édite des guides professionnels. Pour les besoins de son activité elle exploite un site internet à l'adresse « strategies.fr ». Monsieur Wenceslas BORDERIAS est titulaire depuis le 17 octobre 2002 du nom de domaine « www.sportstrategies.com » et a créé le 27 juillet 2004 la société SPORT STRATEGIES SAS (ci-après la société SPORT STRATEGIES) qui a pour activité la commercialisation, la promotion, le conseil et le marketing sportifs ainsi que l'édition de journaux et de périodiques. Elle publie notamment un magazine hebdomadaire « SPORT Stratégies » qu'elle commercialise auprès des professionnels du sport et du sponsoring et diffuse sur son site internet « www.sportstrategies.com » des articles sur le thème du marché du sport.

La société SPORT STRATEGIES est par ailleurs titulaire de la marque semi-figurative française « SPORT Stratégies » déposée le 2 décembre 2004 en classes 16, 35 et 41.

Par lettre du 2 octobre 2008 la société RBI a mis en demeure la société SPORT STRATEGIES et son dirigeant, Monsieur BORDERIAS, de procéder au retrait de la marque « SPORT Stratégies » et de cesser tout usage de ce signe. En réponse, ces derniers ont proposé dans un courrier du 23 octobre 2008 à la société RBI de modifier le logo litigieux dans un délai de deux mois. C'est dans ces conditions que la société RBI a, par acte du 18 décembre 2008, assigné Monsieur BORDERIAS et la société SPORT STRATEGIES en contrefaçon de marque, en concurrence déloyale et en réparation de son préjudice.

Dans ses dernières conclusions du 12 avril 2010, la société RBI demande au tribunal, sous le bénéfice de l'exécution provisoire, de :

Vu les articles L. 112-4, L.711-4, L.713-3, L.713-5, L.714-3 et L.716-1 et suivants du Code de la propriété intellectuelle, au cas où elle serait développée à nouveau, rejeter l'exception d'irrecevabilité fondée sur la forclusion par tolérance, dire la demanderesse recevable et bien fondée en sa demande et débouter les défendeurs de leur nouvelle demande tendant à l'irrecevabilité de la demande à l'égard de Monsieur BORDERIAS,

constater que la marque « Stratégies » n°1 240001 déposée le 1^{er} octobre 1971 est une marque renommée du fait de l'ancienneté de son contact avec le public concerné, l'ampleur, la portée, l'intensité de son usage, ainsi que du fait des efforts de communication sur la marque et de la reconnaissance de cette marque par le public visé,

dire et juger l'usage par la société SPORT STRATÉGIES de la marque française « SPORT Stratégies » numéro 3327532, y compris dans sa forme modifiée sous forme du logo Sport Stratégies, à fond bleu foncé, de la dénomination sociale Sport stratégies, du nom de domaine sportstrategies.com, du titre de magazine SPORT Stratégies, portent atteinte à la renommée de la marque Stratégies n° 1240001 appartenant à la société,

dire et juger que le dépôt et l'usage par la société SPORT STRATÉGIES de la marque française « SPORT Stratégies » numéro 3327532, dans sa forme initiale ou sous une forme modifiée, pour désigner un magazine papier ou un site Internet constitue une contrefaçon par imitation de la marque française « Stratégies » n°1240001 appartenant à la société RBI, dire et juger que l'usage de la dénomination sociale SPORT STRATEGIES constitue également une contrefaçon par imitation de la marque française « Stratégies » n°1240001 appartenant à la demanderesse,

dire et juger que l'utilisation du nom de domaine « sportstrategies.com » et l'exploitation du site Internet associé constituent également une contrefaçon par imitation de la marque « Stratégies » n° 1240001,

dire et juger que le titre Stratégies est original et dire que la reprise du mot stratégies dans le titre Sport Stratégies qui désigne une revue et un site Internet des défenseurs et dans les conditions de l'espèce constitue une atteinte aux droits de RBI sur le titre Stratégies en application de l'article L 112-4 du CPI alinéa 1 et/ ou alinéa 2,

En conséquence,

Faire interdiction définitive à la société SPORT STRATÉGIES de reproduire et d'utiliser la marque en cause, et le signe STRATÉGIES de quelque manière que ce soit et notamment à titre de marque, dénomination sociale, nom de domaine, ou de quelque façon pour désigner ses services, sous astreinte définitive de 1.000 euros (mille euros) par infraction constatée passé le délai de 8 jours après la signification du jugement à intervenir, ordonner à la société SPORT STRATÉGIES de procéder, à ses frais, à toutes les démarches nécessaires au changement de dénomination sociale, sous astreinte de MILLE euros (1.000 euros) par jour de retard passé le délai de 1 mois suivant la signification du jugement à intervenir, ordonner à Monsieur Wenceslas BORDERIAS de procéder à ses frais aux formalités de transfert du nom de domaine sportstrategies.com au profit de la société demanderesse et ce sous astreinte de MILLE euros (1.000 euros) par jour de retard passé le délai de 15 jours suivant la signification du jugement à intervenir, dire que si Monsieur Wenceslas BORDERIAS n'a pas réalisé ce transfert 15 jours après la signification du jugement à intervenir, la société REED BUSINESS INFORMATION sera autorisée sur présentation du jugement à effectuer ce transfert directement auprès de toute autorité, société d'hébergement ou registre compétent, prononcer la nullité de la marque « SPORT Stratégies » numéro 3327532 et dire que la décision à intervenir sera transmise par le greffe à l'INPI, condamner la société SPORT STRATÉGIES à payer à la société RBI la somme de quarante mille euros (40.000 euros), sauf à parfaire, à titre de dommages intérêts, en réparation du préjudice subi par elle du fait de l'atteinte à la renommée de la marque Stratégies n°1 240001 appartenant à la société RBI, subsidiairement, condamner la société SPORT STRATÉGIES à payer à la société RBI la somme de quarante mille euros (40.000 euros), sauf à parfaire, à titre de dommages intérêts, en réparation du préjudice subi par elle du fait de la contrefaçon par le dépôt et l'usage de la marque « SPORT Stratégies » numéro 3327532, condamner la société SPORT STRATÉGIES à payer à la société RBI la somme de vingt mille euros (20.000 euros), sauf à parfaire, à titre de dommages intérêts, en réparation du préjudice subi par elle du fait de la contrefaçon résultant de la dénomination sociale SPORT STRATEGIES, condamner Monsieur Wenceslas BORDERIAS solidairement avec la société SPORT STRATÉGIES à payer à la société RBI la somme de vingt mille euros (20.000 euros), sauf à parfaire, à titre de dommages intérêts, en réparation du préjudice subi par elle du fait de la contrefaçon du fait de l'enregistrement et de l'usage du nom de domaine sportstrategies.com ;

En tout état de cause,

débouter Monsieur Wenceslas BORDERIAS et la société SPORT STRATÉGIES de l'ensemble de leurs moyens, fins et conclusions, ordonner la publication judiciaire de la décision à intervenir soit du dispositif, soit par extraits, dans deux (2) journaux ou revues au choix de la société RBI et aux frais de la société SPORT STRATÉGIES et de Monsieur Wenceslas BORDERIAS, sans que le coût global de ces publications puisse excéder 15.000 euros,

autoriser la publication du jugement à intervenir sur le site Internet www.strategies.fr de la demanderesse pendant une durée maximale de 6 mois,
condamner la société SPORT STRATÉGIES et Monsieur Wenceslas BORDERIAS à payer à la société RBI la somme de cinq mille euros (5.000 euros) au titre des dispositions de l'article 700 du Code de Procédure Civile,
condamner la société SPORT STRATÉGIES et Monsieur Wenceslas BORDERIAS aux entiers dépens, en ce compris les frais des deux constats d'huissier de justice, dont distraction au profit de Maître Anne MESSAS, avocat, conformément aux dispositions de l'article 699 du code procédure civile,
débouter la société SPORT STRATEGIES de l'ensemble de ses demandes, y compris portant sur l'octroi de délais pour changer de dénomination.

Dans leurs dernières conclusions du 22 mars 2010, Monsieur BORDERIAS et la société SPORT STRATÉGIES demandent au tribunal de :

dire et juger que la marque « Stratégies » n'est pas renommée au sens des textes et des jurisprudences applicables, qu'il n'y a ainsi aucun fait portant atteinte à une prétendue renommée,

dire et juger qu'il n'existe aucun acte de contrefaçon, ni par le dépôt d'une marque, ni par l'usage, ni par l'utilisation, ni par imitation d'une marque, d'une dénomination sociale, d'un nom de domaine ou d'un signe, ni par l'exploitation d'un site Internet,
rejeter la demande tendant à la nullité de la marque SPORT Stratégies,

dire et juger que toute demande formée contre Monsieur BORDERIAS est irrecevable,

dire et juger que le titre « Stratégies » n'est pas original au sens des textes applicables et qu'il n'y a donc aucune atteinte aux droits de RBI

En application de l'article L1 12-4 CPI,

dire et juger que l'action en concurrence déloyale est irrecevable et en toute hypothèse infondée,

dire et juger qu'aucun préjudice n'a pu être rapporté ni du fait de la prétendue atteinte à la renommée, ni du fait de la contrefaçon par le dépôt et l'usage de la marque SPORT Stratégies ou résultant de la dénomination sociale de la société Sport Stratégies,

en conséquence débouter purement et simplement la société RBI de toutes ses demandes, fins et prétentions,

à titre reconventionnel, la condamner à une somme de 40.000 € de dommages et intérêts pour abus de droit et procédure abusive, outre 5.000 € au titre des dispositions de l'article 700 du code procédure civile et laisser à sa charge les entiers dépens de l'instance,

à titre très subsidiaire si par impossible, le tribunal devait reconnaître des actes de contrefaçon, revoir à de plus justes proportions les sommes sollicitées au titre des dommages et intérêts, dire et juger que le nom de domaine resterait en toute hypothèse de la propriété de la société SPORT Stratégies,

à titre encore subsidiaire, limiter les mesures d'interdiction de reproduction, d'utilisation de la marque en cause notamment à titre de marque, dénomination sociale, nom de domaine, ou de quelque façon pour désigner ses services en laissant un délai de 6 mois à compter du jugement à intervenir à la défenderesse pour cesser de reproduire la marque en cause,
rejeter la demande de transfert du nom de domaine et limiter, en cas de condamnation, l'interdiction de l'exploitation sous un délai de 6 mois à compter de la signification du jugement.

A l'appui de leurs demandes, Monsieur BORDERIAS et la société SPORT STRATÉGIES font valoir que la marque « Stratégies » n'est pas renommée et relèvent à cet égard que les sondages produits par la demanderesse ne sont pas pertinents. Ils estiment par ailleurs que

l'atteinte à la renommée de la marque n'est pas caractérisée, aucun lien entre les signes en cause ne pouvant être établi dans l'esprit du consommateur et l'existence d'un préjudice ou d'un profit indûment tiré n'étant pas démontrée.

Ils contestent en outre avoir commis des actes de contrefaçon par imitation de la marque « Stratégies », le risque de confusion entre cette marque et les signes en cause n'étant pas avérée et le caractère distinctif de la marque « Stratégies » étant incertain au regard du secteur d'activité et de la clientèle visés.

Enfin ils soutiennent que le titre « Stratégies » est dénué d'originalité, étant un terme générique d'usage courant et qu'aucun acte de contrefaçon ne saurait être établi au regard des différences que présentent les titres en cause.

L'ordonnance de clôture a été rendue le 14 avril 2010.

MOTIFS

Sur la renommée de la marque STRATÉGIES

Une marque est renommée si elle est connue d'une partie significative du public et cette connaissance est appréciée au regard des critères suivants : la part du marché détenue par la marque, l'intensité, l'étendue géographique et la durée de son usage ainsi que l'importance des investissements réalisés par l'entreprise pour la promouvoir. La société REED BUSINESS INFORMATION fait valoir que le public concerné est un public de professionnels du marketing et de la communication. La société SPORTS STRATÉGIES conteste que le public concerné par la marque STRATÉGIES N° 124 0001 soit constitué de professionnels du marketing et de l'investissement car le magazine est distribué en kiosque sous une forme classique et est donc destiné à un public beaucoup plus large.

La société REED BUSINESS INFORMATION verse au débat les pièces suivantes :

- *une étude d'audience de la TNS SOFRES de mai 2008,
- *des études d'audience de Ipsos Médias de 1992, 1994, 1996, 1998 et 2000,
- *des extraits des magazines depuis janvier 2001,
- *une revue de presse relative au Grand Prix Stratégies du Sport de novembre 2008,
- *une revue de presse relative à STRATÉGIES,
- *le chiffre d'affaires de société demanderesse.

La société SPORTS STRATÉGIES fait valoir que sa marque connaît elle aussi une certaine renommée auprès du public concerné. Il convient de rappeler que les signes contestés sont deux marques mais surtout deux titres de magazines connus comme tels par le public de sorte que la connaissance du public concerné de ces titres est somme toute une évidence faute de quoi les deux titres n'auraient pas vécu plus de quelques mois.

De plus, une marque ayant pour fonction de renseigner le consommateur sur l'origine du produit, ce dernier en a nécessairement si celle-ci est exploitée, une certaine connaissance.

Il s'agit donc pour établir la renommée d'une marque de démontrer qu'elle est connue par le public d'une façon beaucoup plus large et étendue qu'une marque normalement exploitée et donc qu'elle est connue éventuellement des consommateurs qui n'utilisent pas les produits et services pour lesquels elle est déposée.

Au vu des pièces ainsi mises au débat, il convient de constater que le magazine STRATÉGIES est offert au public sous une forme papier disponible sur abonnement et à l'unité dans les kiosques de sorte qu'il convient de dire que le public concerné est constitué de professionnels mais aussi de personnes intéressées par les problèmes de marketing et de communication. De plus s'agissant d'une marque enregistrée de renommée et non d'une marque notoire non enregistrée qui ne doit être connue que du public de sa spécialité, celle-ci doit être connue d'une large partie du public pour être qualifiée de renommée.

Si les études d'audience sont intéressantes pour connaître la taille du lectorat du magazine, elles ne constituent pas à proprement parler un sondage d'opinions qui s'il n'est qu'un élément insuffisant à lui seul, est utile et nécessaire parmi d'autres afin de justifier de la connaissance du signe par le public ; en effet, les questions posées aux personnes interrogées par la société TNS SOFRES (questionnaire mis au débat en pièce 39 de la société REED BUSINESS INFORMATION) ne sont que relatives à la satisfaction du public par rapport au magazine.

Il n'est jamais demandé aux sondés ce qu'évoque ce terme STRATÉGIES seul sans référence à aucune activité économique, puis dans un second temps s'ils connaissent le magazine STRATÉGIES et dans quel domaine de presse ce journal publie des informations.

Ces études d'audience sont donc insuffisantes à établir la connaissance par un large public du signe STRATÉGIES et permettent tout au plus de connaître la taille du lectorat du magazine. Il n'est pas contesté que ce magazine est régulièrement distribué en kiosque et accessible sur le site internet de la société demanderesse.

Le chiffre d'affaires de la société REED BUSINESS INFORMATION versé au débat est assez stable et n'indique pas une forte augmentation. La société REED BUSINESS INFORMATION démontre un investissement publicitaire effectué sous forme de prix STRATÉGIES et de participation à des forums ou conférences. Le montant de cet investissement publicitaire par rapport au chiffre d'affaires n'est pas détaillé de sorte que le tribunal n'est pas informé de l'ampleur de l'effort financier que représente ces prix et conférences pour la société demanderesse. Enfin, la participation de journalistes travaillant pour le journal dans des émissions radiophoniques traitant du sujet du marketing et de la communication ne constitue pas une publicité mais l'exercice normal de la profession de journaliste et démontre la qualité et les compétences du journaliste et ne révèlent en rien de la notoriété de la marque. Les autres documents versés au débat justifient de la connaissance du titre STRATÉGIES comme journal mais pas nécessairement de la marque.

La société REED BUSINESS INFORMATION verse enfin au débat deux décisions judiciaires ayant reconnu la notoriété de la marque l'une de la cour d'appel de Colmar du 26 mars 2002 l'autre de la 3ème section du présent tribunal. Les décisions ayant reconnu la notoriété de la marque ne sont qu'un des critères pris en compte par le tribunal à chaque cas d'espèce qui lui est soumis ; ce critère est insuffisant à lui seul à établir la notoriété de la marque puisque les éléments soumis aux différentes juridictions ne sont pas nécessairement les mêmes. L'analyse de l'ensemble de ces éléments démontre que la société REED BUSINESS INFORMATION ne justifie pas en l'espèce de la notoriété de sa marque STRATÉGIES N° 124 0001 et qu'elle sera en conséquence déboutée de l'ensemble de ses demandes de ce chef.

Sur la contrefaçon de la marque STRATÉGIES N° 124 0001 par la marque semi-figurative SPORT STRATEGIES :

Le signe critiqué n'étant pas identique à la marque antérieure opposée faute de reproduire sans modification ni ajout tous les éléments la constituant, il convient de faire application des dispositions de l'article L.713-3 du Code de la propriété intellectuelle selon lesquelles sont

interdits, sauf autorisation du propriétaire, s'il peut en résulter un risque de confusion dans l'esprit du public, l'imitation d'une marque ou l'usage d'une marque imitée, pour des produits ou services identiques ou similaires à ceux désignés dans l'enregistrement.

Le risque de confusion doit être apprécié globalement en tenant compte de tous les facteurs pertinents du cas d'espèce. Cette appréciation globale doit, en ce qui concerne la similitude visuelle, phonétique et conceptuelle des marques en cause, être fondée sur l'impression d'ensemble produite par celles-ci, en tenant compte de leurs éléments distinctifs et dominants. Les deux signes en litige sont :

*la marque STRATÉGIES N° 124 0001 est une marque verbale constituée du seul mot Stratégies écrit en police times new roman.

*la marque SPORT STRATÉGIE est une marque semi figurative constituée des deux mots SPORT en attaque écrit en majuscules italiques en police times new roman de couleur noire à l'exception du O en violet et stratégies en second, écrit en minuscules italiques en police times new roman de couleur violette, sous ces deux mots est mentionné le site internet www.sportstrategies.com. Le signe est précédé du dessin d'un corps humain stylisé de couleur violette. Le terme stratégies est commun aux deux signes où il est pareillement représenté en caractères d'imprimerie de couleur noire.

Cependant, les signes opposés produisent d'emblée au plan visuel une impression d'ensemble différente qui tient d'abord au fait que le second signe est une marque semi-figurative. De plus, ils ont une architecture différente car d'une part la marque incriminée se déploie sur deux niveaux en associant un graphisme et la marque première sur un seul niveau et d'autre part, le terme stratégies n'est pas le mot d'attaque dans la marque litigieuse à la différence de la marque première dont il constitue l'élément verbal unique ; ce mot perd ainsi son élément dominant dans la marque seconde où il est associé au terme "sports" et à un dessin et qui surplombe l'adresse du site internet. Sur le plan auditif, la marque première se prononce en 3 syllabes tandis que le signe contesté plus long évolue sur un rythme de 4 syllabes, les signes se distinguant en outre par la répétition des sonorités d'attaque dans le signe second. Au plan conceptuel, l'élément commun stratégies défini au Petit Larousse Illustré dans son sens premier comme "l'art de coordonner l'action de forces militaires, politiques, économiques et morales impliquées dans la conduite d'une guerre" et dans son sens second comme "l'art de coordonner des actions, de manoeuvrer habilement pour atteindre un but" est d'usage courant voire banal dans la vie des affaires où s'exercent des pouvoirs de direction et de décision, singulièrement dans l'entreprise, lieu d'application des techniques de direction, d'organisation et de gestion, dites de management qui tendent pour l'essentiel à l'élaboration et la mise en oeuvre d'une stratégie. En conséquence, il convient de dire que, au regard des produits et services enregistrés tant par l'une que par l'autre, le terme stratégies a une très faible distinctivité et que les différences visuelles, auditives et intellectuelles entre les deux marques dont l'une est très fortement figurative tant par son graphisme que par ses couleurs, permet de les distinguer et d'éviter toute imitation de l'une par l'autre.

La société REED BUSINESS INFORMATION sera en conséquence déboutée de l'ensemble de ses demandes de contrefaçon.

Sur l'atteinte au titre

L'article 112-4 alinéa 1er dispose : "Le titre d'une oeuvre de l'esprit, dès lors qu'il présente un caractère original, est protégé comme l'oeuvre elle-même".

La demande de contrefaçon du titre "stratégies" suppose pour être accueillie d'expliquer l'originalité de cette dénomination. Cette originalité doit ressortir des termes mêmes du titre et ne doit pas s'appuyer sur le contenu de la revue.

Pour ce faire, la société REED BUSINESS INFORMATION se contente de dire qu'une décision précédente a déjà reconnu l'originalité du titre ce qui est nettement insuffisant puisque les juridictions françaises ne rendent pas d'arrêt de règlement et doivent statuer à chaque fois sur les éléments produits au soutien des demandes formant
Au regard de ce qui a été dit plus haut sur la distinctivité de la marque et sur la banalité du terme employé dans le monde des affaires, il convient de débouter la société REED BUSINESS INFORMATION de sa demande de contrefaçon du titre "stratégies".

La société REED BUSINESS INFORMATION forme également sa demande sur l'article L 112-4 alinéa 2 du Code de la propriété intellectuelle, comme acte de concurrence déloyale du fait qu'un ouvrage postérieur utilise le même titre qu'une oeuvre précédente.
L'article L 112-4 alinéa 2 du Code de la propriété intellectuelle dispose: "Nul ne peut même si l'oeuvre n'est plus protégée dans les termes des articles L 123-1 à L 123-3, utiliser ce titre pour individualiser une oeuvre du même genre dans des conditions susceptibles de provoquer une confusion. " Il faut donc démontrer que les oeuvres en litige appartiennent au même genre et qu'un risque de confusion existe.
En l'espèce, il s'agit de deux magazines qui traitent des mêmes thèmes: le marketing et la communication, même si les thèmes traités par le second magazine sont un peu plus étroits car appliqués au seul monde du sport.
La première condition est donc remplie puisque les deux magazines appartiennent tous deux au même genre. La seconde condition est relative à la confusion que l'identité ou la similarité des deux titres peut induire dans l'esprit du public. Dans ses écritures, la société REED BUSINESS INFORMATION procède à une comparaison des titres et des pages de couverture. Il apparaît que le titre du magazine stratégies est écrit en lettres noires, la première lettre en majuscule et les autres en minuscules ; que l'accent et le point sont stylisés sous des formes géométriques (le point est transformé en carré) ; le mot est souligné d'un trait noir et surplombe un bandeau dans lequel sont mentionnés les termes suivants "marketing communication médias", puis le numéro et la date ; le G de stratégies déborde le bandeau. Le titre du magazine Sport stratégies ne reprend pas le graphisme de la marque ; il est construit sur trois niveaux en premier lieu le terme SPORT écrit en majuscules de couleur bleue sur fond noir, en deuxième lieu le terme Stratégies écrit en lettres blanches sur fond noir, la première lettre en majuscule et les autres en minuscules ; le point de stratégies de forme ronde et de couleur blanche se retrouve dans le bas de la lettre O du mot sport ; le mot stratégies est souligné d'un trait blanc, le g dépasse de la ligne de soulignement ; sous cette ligne, est mentionnée la phrase suivante "le spécialiste du marketing sportif en lettres minuscules et en blanc sur fond noir. La comparaison des deux titres dont la banalité a été soulignée plus haut, montre que chaque titre se différencie suffisamment de l'autre par son graphisme et ses couleurs et que seul le terme "stratégies" est le même.
En conséquence, aucune confusion ne peut intervenir entre les deux titres.
La page de couverture présente dans les deux cas le principal sujet traité au centre par une photographie ou un texte , puis en dessous les autres thèmes abordés.
Là encore, la grande banalité de cette présentation ne peut servir de fondement à une action en concurrence déloyale en cas de ressemblance avec une couverture d'un magazine concurrent.
La société REED BUSINESS INFORMATION sera en conséquence déboutée de ses demandes en concurrence déloyale formées à rencontre de la société SPORTS STRATÉGIES

en raison du titre et de la page de couverture de son magazine SPORT STRATÉGIES, les conditions de l'article L 112-4 alinéa 2 n'étant pas remplies.

Elle forme les mêmes demandes avec les mêmes moyens à propos du titre du site internet de la société SPORTS STRATÉGIES de sorte que pour les mêmes motifs, elle sera déboutée de ces demandes.

Sur la concurrence déloyale

La société défenderesse a pour dénomination sociale SPORTS STRATÉGIES et est titulaire du nom de domaine sportstrategies.com. La société REED BUSINESS INFORMATION prétend que ces deux usages constituent des actes de concurrence déloyale car les consommateurs peuvent penser que la société défenderesse est une filiale de la société demanderesse et que le nom de domaine sportstrategies.com est un dérivé de strategies.fr. et que s'agissant de dénomination sociale et de nom de domaine le caractère figuratif est sans incidence. S'il est vrai que les deux sociétés exercent leur activité dans le même domaine de la presse dédiée au marketing et à la communication et s'adressent au même public, la société SPORTS STRATÉGIES exerce son activité sur un segment plus étroit que celui de la société REED BUSINESS INFORMATION.

Cette dernière a, pendant près de 5 ans, laissé un jeune concurrent se développer sous une dénomination sociale qui n'est pas la sienne puisqu'elle a pour dénomination sociale REED BUSINESS INFORMATION et utilisé un nom de domaine identique à sa dénomination sociale. Ceci démontre bien que la société demanderesse elle-même n'a pas imaginé que ses lecteurs pouvaient confondre les deux titres ni les deux activités même en usant des termes sous leur seule forme verbale, et a laissé la libre concurrence se développer sans entrave.

Le caractère faiblement distinctif de l'un et l'autre signe ne permet pas à l'une comme à l'autre de demander l'interdiction de l'usage de tels termes comme dénomination sociale ou nom de domaine, seuls les sujets traités et leur qualité venant les départager.

Enfin, la société défenderesse ayant vu sa marque et son titre de journal validés, il ne peut lui être interdit d'exploiter un nom de domaine reprenant cette dénomination, puisqu'aucune société ne peut se développer actuellement sans disposer d'un nom de domaine reprenant son site ou sa dénomination sociale.

Sur les demandes reconventionnelles

L'exercice d'une action en justice constitue par principe un droit et ne dégénère en abus pouvant donner naissance à une dette de dommages et intérêts que dans le cas de malice, de mauvaise foi ou d'erreur grossière équipollente au dol.

La société défenderesse sera déboutée de sa demande à ce titre, faute pour elle de rapporter la preuve d'une quelconque intention de nuire ou légèreté blâmable de la part de la société demanderesse, qui a pu légitimement se méprendre sur l'étendue de ses droits et d'établir l'existence d'un préjudice autre que celui subi du fait des frais exposés pour sa défense.

sur les autres demandes :

L'exécution provisoire est sans objet et ne sera pas prononcée.

Les conditions sont réunies pour allouer la somme de 5.000 euros au titre de l'article 700 du Code de Procédure Civile.

PAR CES MOTIFS

Le Tribunal statuant par jugement contradictoire, en premier ressort et mis à la disposition du public par le greffe le jour du délibéré,

Dit que la société REED BUSINESS INFORMATION ne démontre pas que la marque STRATÉGIES N° 124 0001 est une marque de renommée.

En conséquence,

La déboute de l'ensemble de ses demandes fondées de ce chef.

Déclare la société REED BUSINESS INFORMATION mal fondées en ses demandes de contrefaçon de marque, du titre et de concurrence déloyale.

En conséquence,

La déboute de l'ensemble de ses demandes fondées de ce chef.

Déboute la société SPORTS STRATÉGIES de sa demande de dommages et intérêts pour procédure abusive.

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

Condamne la société REED BUSINESS INFORMATION à payer à la société SPORTS STRATÉGIES la somme de CINQ MILLE EUROS (5.000 euros) au titre de l'article 700 du Code de Procédure Civile,

Condamne la société REED BUSINESS INFORMATION aux entiers dépens.

Fait et jugé à Paris le 22 Juin 2010

Le Greffier
La Président