

**TRIBUNAL  
D E GRANDE  
INSTANCE  
DE PARIS**

3ème chambre lère section

N° RG : 12/00806

JUGEMENT rendu le 25 Avril 2013

**DEMANDERESSE**

Association FRANCAISE DU FESTIVAL INTERNATIONAL DU FILM - AFFIF

3 rue Amélie

75007 PARIS

Représentée par Me Gabrielle ODINOT de la SELARL ODINOT & ASSOCIES, avocat au barreau de PARIS, vestiaire #L0271

**DÉFENDERESSE**

Société NIGHT MANAGEMENT PRODUCTION – NMP exploitant sous le nom commercial VIP ROOM.

188 rue de Rivoli

75001 PARIS

Représentée par Me Yves-Marie LE CORFF, avocat au barreau de PARIS, avocat postulant, vestiaire #A0611 et par Me Gérard MINO, avocat au barreau de TOULON, avocat plaidant

**COMPOSITION DU TRIBUNAL**

Marie-Christine COURBOULAY, Vice Présidente

Thérèse ANDRIEU, Vice Présidente

Mélanie BESSAUD, Juge, assistées de Léoncia BELLON, Greffier

**DÉBATS**

A l'audience du 26 Mars 2013 tenue publiquement devant Marie- Christine COURBOULAY, Thérèse ANDRIEU juges rapporteurs, qui, sans opposition des avocats, ont tenu seules l'audience, et, après avoir entendu les conseils des parties, en ont rendu compte au Tribunal, conformément aux dispositions de l'article 786 du Code de Procédure Civile.

**JUGEMENT**

Prononcé par mise à disposition au greffe

Contradictoirement en premier ressort

**FAITS ET PROCÉDURE :**

L'ASSOCIATION FRANÇAISE DU FESTIVAL TERNATIONAL DU FILM, ou «AFFIF», est une association reconnue d'utilité publique créée en 1948, dont l'activité consiste notamment à gérer chaque année le Festival International du Film se déroulant à Cannes.

L'AFFIF est, notamment, titulaire des marques suivantes :

-La marque française semi-figurative «FESTIVAL INTERNATIONAL DU FILM», déposée le 22 mai 1989 et enregistrée sous le n°1 532 173 pour désigner les produits et services des classes 3, 9, 14, 16, 18, 25, 28, 33, 35, 38, 39 et 41.

- La marque française semi-figurative «FESTIVAL DE CANNES», déposée le 4 avril 2002 et enregistrée sous le n°02 3 157 459 pour désigner les produits et services des classes 3, 9, 12, 14, 16, 18, 21, 22, 25, 28, 33, 34, 35, 38, 39, 41, 42, 43, 44 et 45.

- la marque française figurative représentant la palme du Festival de Cannes, déposée le 19 mars 2010 et enregistrée sous le n°10 3 722 922 pour désigner les produits et services des classes 3, 9, 12, 14, 16, 18, 21, 22, 25, 28, 33, 34, 35, 38, 39, 40, 41, 42, 43 et 44.

La société NIGHT MANAGEMENT PRODUCTION, ou «NMP», immatriculée au registre du commerce et des sociétés de Paris le 12 juin 1997 sous le n°412 487 589, et exploitant sous le nom commercial VIP ROOM, a pour activité l'exploitation de restaurants, brasseries, piano bars et nights clubs, ainsi que toutes prestations et services se rapportant à la production, l'animation et le management de spectacles. Celle-ci exploite dans le cadre de son activité un site internet accessible à l'adresse [www.viprooom.fr](http://www.viprooom.fr) .

Par décision du tribunal de commerce de Paris le 27 janvier 2009, la société NMP a été placée en redressement judiciaire. L'AFFIF a constaté que le site [www.viprooom.fr](http://www.viprooom.fr) afficherait des photographies sur lesquelles serait reproduite la marque figurative n°10 3 722 922 représentant la palme du Festival de Cannes, en association avec la mention «VIP ROOM Cannes. - F.I.F Famous Club».

Suivant procès-verbal de constat d'huissier du 3 novembre 2011, l'AFFIF a fait constater :

-la reproduction en page d'accueil du site [www.viprooom.fr](http://www.viprooom.fr) de la marque figurative n°10 3 722 922 représentant la palme du Festival de Cannes, associée avec les mentions «VIP ROOM CANNES F.I.F Famous Club From 16th to 27th May 2012» et «64ème édition Cannes Film Festival».

- la présence de photographies et vidéos sur lesquelles est reproduite la marque figurative n°10 3 722 922 représentant la palme du Festival de Cannes.

Par courrier recommandé avec avis de réception du 14 novembre 2011, demeuré sans réponse, l'AFFIF a mis en demeure la société NMP de cesser d'utiliser frauduleusement sa marque et de réparer le préjudice subi par elle. Suivant procès-verbal de constat d'huissier du 27 décembre 2011, l'AFFIF a procédé à de nouvelles constatations sur le site internet [www.viprooom.fr](http://www.viprooom.fr) et comptabilisé plus de 32 reproductions des marques litigieuses. Par exploit d'huissier du 6 janvier 2012, l'AFFIF a assigné la société NMP en contrefaçon de ses marques françaises, ainsi qu'au titre d'actes parasitaires commis à son encontre. Dans ses dernières conclusions signifiées par e-barreau le 29 juin 2012 l'AFFIF a demandé au tribunal de :

Débouter la société NIGHT MANAGEMENT PRODUCTION de l'intégralité de ses demandes,

Recevoir l'ASSOCIATION FRANCAISE DU FESTIVAL INTERNATIONAL DU FILM en ses demandes,

Y faisant droit :

Dire que la reproduction sans autorisation par la société NIGHT MANAGEMENT PRODUCTION VIP ROOM des marques nationales enregistrées sous les numéros 153 2173, 3157459 et 3722922 dont l'ASSOCIATION FRANCAISE DU FESTIVAL INTERNATIONAL DU FILM est titulaire - sur le site Internet [www.viprbom.fr](http://www.viprbom.fr) constitue une contrefaçon.

Dire et juger qu'en se plaçant dans le sillage de la renommée de l'ASSOCIATION FRANCAISE DU FESTIVAL INTERNATIONAL DU FILM et en usurpant sa valeur économique, la société NIGHT MANAGEMENT PRODUCTION VIP ROOM a cherché à tirer indûment partie de la notoriété du FESTIVAL DE CANNES et engagé, à ce titre, sa responsabilité civile sur le fondement de l'article 1382 du Code Civil.

En conséquence,

Faire interdiction à la société NIGHT MANAGEMENT PRODUCTION de reproduire, sous quelque forme que ce soit, les droits de propriété industrielle et intellectuelle dont l'ASSOCIATION FRANCAISE DU FESTIVAL INTERNATIONAL DU FILM est titulaire sur ses marques, seuls ou en combinaison avec d'autres mots ou signes.

Dire que cette interdiction sera assortie d'une astreinte de 1 000 Euros par infraction constatée à compter de la signification de la décision à intervenir,

Condamner la société NIGHT MANAGEMENT PRODUCTION VIP ROOM à payer à l'ASSOCIATION FRANCAISE DU FESTIVAL INTERNATIONAL DU FILM la somme de 60.000 Euros en réparation du préjudice subi résultant des actes de contrefaçon de marques reprochés,

La condamner à payer à l'ASSOCIATION FRANCAISE DU FESTIVAL INTERNATIONAL DU FILM la somme de 30.000 Euros en réparation du préjudice résultant des actes de parasitisme reprochés.

Ordonner la publication du jugement à intervenir aux frais de la Société Défenderesse et autoriser l'ASSOCIATION FRANCAISE DU FESTIVAL INTERNATIONAL DU FILM à y procéder dans les journaux ou périodiques au choix dans la limite d'un budget de 50 000 Euros hors taxes, toutes publications confondues,

Condamner la société NIGHT MANAGEMENT PRODUCTION à payer à l'ASSOCIATION FRANCAISE DU FESTIVAL INTERNATIONAL DU FILM la somme de 10 000 Euros au titre des frais irrépétibles prévus par l'article 700 du Code de Procédure Civile.

La condamner aux entiers dépens dans les termes des articles 696 et suivants du (Nouveau) "sic" code de procédure civile dont distraction au profit de la SELARL ODINOT & Associés, Avocats aux offres de droit, qui pourra les recouvrer conformément aux dispositions de l'article 699 du code de procédure civile.

Ordonner l'exécution provisoire de la décision à intervenir sur l'ensemble des condamnations prononcées, en ce compris les dépens, nonobstant appela et sans constitution de garantie, et ce en application des articles 514, 515 et 516 du code de procédure civile.

À l'appui de ses prétentions, l'AFFIF fait notamment valoir que la société NIGHT MANAGEMENT PRODUCTION s'est rendue coupable de contrefaçon de ses marques n°153 2173, n°3157459 et n°3722922 en raison de la reprise à l'identique, par la société NIGHT MANAGEMENT PRODUCTION, de la Palme dorée constituant l'élément figuratif de ces marques. À ce titre, l'AFFIF produit deux constats d'huissier, le premier, en date du 3 novembre 2011, faisant état :

-de la reproduction en page d'accueil du site [www.viprooom.fr](http://www.viprooom.fr) de la marque figurative n°10 3 722 922 représentant la palme du Festival de Cannes, associée avec les mentions «VIP ROOM CANNES F.I.F Famous Club From 16th to 27th May 2012» et «64ème édition Cannes Film Festival»;

-de la présence de photographies et vidéos sur lesquelles sont reproduites la marque figurative n°10 3 722 922 représentant la palme du Festival de Cannes; le second, en date du 27 décembre 2011 actualisant le précédent constat et comptabilisant plus de 32 reproductions des marques, litigieuses. En outre, l'AFFIF considère que les agissements de la société NIGHT MANAGEMENT PRODUCTION, à savoir la reproduction de ses marques à des fins promotionnelles, dans le cadre des soirées qu'elle organise et sur son site internet, sont constitutifs d'actes de parasitisme visant à capter leur pouvoir attractif dans l'esprit du public, notamment au regard de leur notoriété d'ampleur internationale, et de nature à faire croire que le CLUB VIP ROOM est le club officiel du Festival de Cannes.

Dans ses dernières conclusions signifiées par e-barreau le 7 mai 2012 la société NMP a demandé au tribunal de :

DIRE ET JUGER que l'acte de contrefaçon constaté n'a produit aucun préjudice ni démontré ni envisageable au droit de l'AFFIF

DIRE ET JUGER la demande de l'AFFIF en condamnation à hauteur de 60.000 € disproportionnée,

DIRE ET JUGER que la condamnation de la société NIGHT MANAGEMENT PRODUCTION ne saurait être supérieure à l'euro symbolique,

DEBOUTER purement et simplement l'AFFIF de sa demande fondée sur le parasitisme,

DIRE ET JUGER que l'AFFIF ne justifie par ailleurs d'aucun préjudice consécutif,

DEBOUTER l'AFFIF de ses demandes d'interdiction comme étant devenues obsolètes du fait du retrait par la société NIGHT MANAGEMENT PRODUCTION des images litigieuses et ce dès sa mise en demeure,

DEBOUTER L'AFFIF de sa demande de publication du jugement à intervenir,

CONDAMNER L'AFFIF au paiement d'une somme de 3.000 E au titre de l'article 700 du code de procédure civile ainsi qu'aux entiers dépens. À l'appui de ses prétentions, la société NMP reconnaît notamment avoir réutilisé la marque litigieuse au cours de ses manifestations événementielles, mais dément tout acte volontaire de contrefaçon, estimant avoir rendu un simple hommage à l'évènement du Festival de Cannes.

En outre, la société NMP considère que les 60.000 euros réclamés par la demanderesse ne sont en l'état pas justifiés, eu égard à l'absence de démonstration des frais engagés pour défendre et promouvoir les marques litigieuses.

Concernant les agissements parasitaires qui lui sont reprochés, la société NMP estime que la renommée du VIP ROOM, établissement situé à Cannes, se suffit à elle-même, celui-ci ayant développé sa valeur attractive propre ainsi que sa réputation de prestige avant la constatation de l'acte de contrefaçon reproché, de sorte qu'il lui serait inutile de faire croire au public à un quelconque partenariat avec l'AFFIF.

L'ordonnance de clôture a été rendue le 12 septembre 2012.

#### EXPOSÉ DES MOTIFS :

Sur la contrefaçon par reproduction.

Attendu que selon l'article L 713-2 du code de la propriété intellectuelle «Sont interdits, sauf autorisation du propriétaire : ) la reproduction, l'usage ou l'apposition d'une marque, même avec l'adjonction de mots 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...»

Attendu que l'AFFIF est titulaire des marques suivantes :

-La marque française semi-figurative «FESTIVAL INTERNATIONAL DU FILM», déposée le 22 mai 1989 et enregistrée sous le n°1 532 173 pour désigner les produits et services des classes 3, 9, 14, 16, 18, 25, 28, 33, 35, 38, 39 et 41.

- La marque française semi-figurative «FESTIVAL DE CANNES», déposée le 4 avril 2002 et enregistrée sous le n°02 3 157 459 pour désigner les produits et services des classes 3, 9, 12, 14, 16, 18, 21, 22, 25, 28, 33, 34, 35, 38, 39, 41, 42, 43 , 44 et 45.

- la marque française figurative représentant la palme du Festival de Cannes, déposée le 19 mars 2010 et enregistrée sous le n°10 3 722 922 pour désigner les produits et services des classes 3, 9, 12, 14, 16, 18, 21, 22, 25, 28, 33, 34, 35, 38, 39, 40, 41, 42, 43 et 44.

Attendu en outre que les procès-verbaux de constat d'huissier des 3 novembre 2011 et 27 décembre 2011 versés aux débats par la demanderesse démontrent la réutilisation, par la société NIGHT MANAGEMENT PRODUCTION, de l'élément figuratif propre au festival de Cannes, à savoir la palme dorée, sur des photographies et vidéos prises dans l'établissement VIP ROOM.

Attendu cependant que la demanderesse s'abstient de préciser si la contrefaçon alléguée pour chacune de ses marques est une contrefaçon par reproduction, ou une contrefaçon par imitation.

Attendu en l'espèce que la réutilisation de la palme dorée du Festival de Cannes, par la société NIGHT MANAGEMENT PRODUCTION, relève pour les marques françaises semi-figuratives n°1 532 173 «FESTIVAL INTERNATIONAL DU FILM» et n°02 3 157 459

«FESTIVAL DE CANNES» d'une contrefaçon par imitation, nécessitant la démonstration d'un risque de confusion dans l'esprit des consommateurs.

Attendu que l'AFFIF ne développe aucune argumentation sur ce point, que la contrefaçon pour les marques semi-figuratives n°1 532 173 et n°02 3 157 459 n'est donc pas démontrée.

Attendu que la réutilisation de la palme dorée du Festival de Cannes, par la société NIGHT MANAGEMENT PRODUCTION, relève pour la marque française figurative n°10 3 722 922 d'une contrefaçon par reproduction.

Attendu toutefois que malgré la démonstration par l'AFFIF de la reproduction à l'identique, et non contestée, de sa marque française figurative n°10 3 722 922 au cours de manifestations mondaines organisées par la société NIGHT MANAGEMENT PRODUCTION au sein de son établissement, le VIP ROOM, comme en attestent les deux procès-verbaux de constat d'huissier des 3 novembre 2011 et 27 décembre 2011 versés aux débats, celle-ci s'abstient de préciser les spécialités visées dans son enregistrement de marque auxquelles cette reproduction porte atteinte.

Attendu en conséquence que le moyen tiré de la contrefaçon des marques n°1 532 173, n°02 3 157 459 et n°10 3 722 922 n'est pas fondé.

L'AFFIF sera donc déboutée de l'intégralité de ses demandes en contrefaçon.

Sur l'atteinte à la marque notoire.

Attendu que selon l'article L 713-5 du code de la propriété intellectuelle « L'emploi d'une marque jouissant d'une renommée pour des produits ou services non similaires à ceux désignés dans l'enregistrement engage la responsabilité civile de son auteur s'il est de nature à porter préjudice au propriétaire de la marque, ou si cet emploi constitue une exploitation injustifiée de cette dernière ».

Attendu en l'espèce que la société NIGHT MANAGEMENT PRODUCTION ne conteste pas le caractère notoire de la marque française figurative n°10 3 722 922 dont l'AFFIF est titulaire.

Attendu également que la reproduction de la marque française figurative n°10 3 722 922 représentant une palme dorée, en fond de décor à l'intérieur de l'établissement VIP ROOM dont la société NIGHT MANAGEMENT PRODUCTION a la gestion, a été réalisée dans le but d'attirer une clientèle sensible à la notoriété de cette marque, clientèle à laquelle était offerte la possibilité d'être prise en photographie devant cet emblème comme le sont les autres accueillies dans le cadre du festival de Cannes ; que la société NIGHT MANAGEMENT PRODUCTION a d'ailleurs pour faire la promotion de son établissement diffusé ultérieurement sur son site internet [www.viproom.fr](http://www.viproom.fr) quelques clichés avec ses clients connus reproduisant évidemment cet emblème sur les photographies et vidéos mises en ligne ; que ces faits constituent une atteinte à la notoriété de cette marque.

Que le fait que les produits et services désignés par l'AFFIF pour sa marque française figurative n°10 3 722 922 sont différents de ceux concernés par l'activité du VIP ROOM est parfaitement indifférent en matière d'atteinte à la notoriété de la marque car en associant l'image prestigieuse de cette marque à son établissement, notamment au cours de soirées et

événements mondains et par des reproductions photo et vidéos postérieures sur son site internet, la défenderesse s'est indûment appropriée l'aura de prestige liée au Festival de Cannes et l'a fait valoir non seulement auprès de sa clientèle habituelle, mais aussi auprès de tous spectateurs de ces événements.

Attendu en conséquence que la société NIGHT MANAGEMENT PRODUCTION sera condamnée au titre de l'atteinte à la notoriété de sa marque française figurative n°10 3 722 922.

Sur le parasitisme.

Le parasitisme est caractérisé dès lors qu'une personne physique ou morale, à titre lucratif et de façon injustifiée, s'inspire ou copie une valeur économique d'autrui, individualisée et procurant un avantage concurrentiel, fruit d'un savoir-faire, d'un travail intellectuel et d'investissements.

Attendu en l'espèce que pour caractériser les agissements parasitaires reprochés à la société NIGHT MANAGEMENT PRODUCTION, l'AFFIF produit aux débats deux procès-verbaux de constat d'huissier des 3 novembre 2011 et 27 décembre 2011 aux termes desquels il apparaît que l'anagramme «FIF», ou Festival International du Film, et les termes «64ème édition Cannes Film Festival» ont été repris, respectivement en association avec les termes «VIP ROOM CANNES» en en-tête du site [www.viproom.fr](http://www.viproom.fr), et «VIP ROOM FAMOUS CLUB CANNES» sur les photographies et vidéos hébergées, ce qui constitue un acte distinct aggravant l'atteinte à la notoriété de la marque française figurative n°10 3 722 922 dont l'AFFIF est titulaire.

Attendu en conséquence que la société NIGHT MANAGEMENT PRODUCTION sera condamnée au titre des agissements parasitaires commis à l'encontre de L'AFFIF.

Sur les mesures réparatrices.

Attendu que les circonstances de l'espèce, à savoir le fait pour la société NIGHT MANAGEMENT PRODUCTION de profiter indûment de la notoriété incontestée de la marque française figurative n°10 3 722 922 dont l'AFFIF est titulaire, en l'associant à son établissement au cours de soirées et événements mondains, et en en faisant la publicité par des reproductions en ligne postérieures, justifient la condamnation de la défenderesse à verser à l'AFFIF la somme de 40.000 euros en réparation du préjudice subi du fait de l'atteinte portée à la notoriété de cette marque.

Attendu qu'il convient en outre de faire droit à la demande formulée par l'AFFIF formulée au titre des agissements parasitaires, et condamner la société NIGHT MANAGEMENT PRODUCTION à verser à l'AFFIF la somme de 20.000 euros à titre de dommages-intérêts.

Enfin, l'AFFIF sera déboutée de sa demande de publication du jugement

, qui n'apparaît pas nécessaire en l'espèce, le préjudice étant suffisamment réparé par les sommes allouées à titre de dommages intérêts.

Sur les autres demandes.

Il convient de condamner la société NIGHT MANAGEMENT PRODUCTION à payer à l'AFFIF la somme de 1.500 euros au titre de l'article 700 du code de procédure civile.

L'exécution provisoire est compatible avec la nature de l'affaire et sera ordonnée.

Conformément aux dispositions de l'article 699 du Code de procédure civile, la société NIGHT MANAGEMENT PRODUCTION, partie succombant, sera condamnée aux entiers dépens de l'instance avec distraction au profit de la SELARL ODINOT & Associés en application des dispositions de l'article 699 du code de procédure civile.

PAR CES MOTIFS,

Le tribunal, statuant publiquement par jugement contradictoire rendu en premier ressort et par remise au greffe au jour du délibéré.

DÉBOUTE l'AFFIF de sa demande au titre de la contrefaçon des marques n°1 532 173, n°02 3 157 459 et n°10 3 722 922 dont elle est titulaire;

DIT que la société NMP a porté atteinte à la notoriété de la marque française figurative n°10 3 722 922 dont l'AFFIF est titulaire;

Dit que la société NMP a commis des actes de parasitisme distincts du fait de l'exploitation des termes «FIF» et «64ème édition Cannes Film Festival» en association avec les termes «VIP ROOM CANNES» et «VIP ROOM FAMOUS CLUB CANNES».

En conséquence,

CONDAMNE la société NIGHT MANAGEMENT PRODUCTION au paiement de la somme de 40.000 euros de dommages-intérêts au titre de l'atteinte portée à la notoriété de la marque française figurative n°10 3 722 922 dont l'AFFIF est titulaire;

CONDAMNE la société NIGHT MANAGEMENT PRODUCTION au paiement de la somme de 20.000 euros de dommages-intérêts au titre des agissements parasitaires commis à l'encontre de l'AFFIF;

DÉBOUTE l'AFFIF de sa demande de publication de la présente décision;

CONDAMNE la société NIGHT MANAGEMENT PRODUCTION au paiement de la somme de 1.500 euros au titre de l'article 700 du code de procédure civile;

ORDONNE l'exécution provisoire de la présente décision;



CONDAMNE la société NIGHT MANAGEMENT PRODUCTION aux dépens dont distraction au profit de la SELARL ODINOT & Associés, Avocats aux offres de droit, qui pourra les recouvrer conformément aux dispositions de l'article 699 du code de procédure civile.

Fait et jugé à Paris le 25 avril 2013

LE GREFFIER  
LE PRESIDENT