

**TRIBUNAL
DE GRANDE
INSTANCE
DE PARIS**

3e chambre 1re section

N° RG 19/07036

Assignation du : 13 juin 2019

JUGEMENT A JOUR FIXE rendu le 07 Novembre 2019

DEMANDERESSES

L'Association UNION FEDERALE DES CONSOMMATEURS-QUE CHOISIR prise en la
personne de son président Monsieur Y Z

[...]

[...]

S.A.S. QUE [...]

représentée par Me Alexis MACCHETTO, avocat au barreau de PARIS, vestiaire B00846

DÉFENDERESSE

S.A.R.L. X

[...]

[...]

représentée par Maître Tristan DUPRE DE PÛGET de la SCP FISCHER TANDEAU DE
MARSAC SUR & ASSOCIES, avocats au barreau de PARIS, vestiaire #P0147

COMPOSITION DU TRIBUNAL

Nathalie SABOTIER, 1re vice-présidente adjointe Gilles BUFFET, Vice président Karine
THOUATI, Juge

assistée de Alice ARGENTINI, Greffier

N° RG 19/07036

DEBATS

A l'audience du 10 Septembre 2019 tenue en audience publique

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

Créée en 1951, l'association UNION FÉDÉRALE DES CONSOMMATEURS-QUE CHOISIR (UFC-QUE CHOISIR) est une fédération regroupant près de 150 associations locales, dont l'objet est d'informer, conseiller et défendre l'intérêt des consommateurs. Elle est habilitée, par le ministère de l'économie, de l'industrie et du numérique pour exercer sur le plan national les droits reconnus aux associations agréées de consommateurs par le code de la consommation.

La SAS QUE CHOISIR, immatriculée au RCS Paris le 27 mai 2009, a pour objet l'édition sur support papier ou numérique de tous ouvrages ou toutes oeuvres (y compris par tout moyen audiovisuel, internet ou de technologie de diffusion du futur) ayant trait à la défense des consommateurs, la prestation de services, de façon directe aux consommateurs ou indirectement à leurs associations, ayant trait à la défense des consommateurs.

L'UFC-QUE CHOISIR a déposé la marque semi-figurative française n°3439260:

le 6 juillet 2006 à l'INPI, laquelle a été enregistrée dans les classes de produits et services 9, 16, 35, 38, 41 et 42.

L'UFC-QUE CHOISIR a également déposé la marque verbale française n°3439261 « QUE CHOISIR » à l'INPI le 6 juillet 2006, laquelle a été enregistrée dans les classes de produits et services 9, 16, 35, 38, 41 et 42.

Ces deux marques, qui ont été régulièrement renouvelées, désignent les produits et services suivants :

— en classe 9 : Supports enregistrés magnétiques, électroniques ou optiques.

— en classe 16 : Produits de l'imprimerie ; classeurs (articles de bureau) ; boites en carton; livres, périodiques.

— en classe 35 : Sondages d'opinion ; conseils d'ordre économique ou commercial aux consommateurs pour la réalisation de leurs achats de produits et services.

— en classe 38 : Diffusion d'informations par terminaux d'ordinateurs ; location de temps d'accès à un centre serveur de bases de données.

— en classe 41: Organisation et conduite de colloques ; publication de livres et de périodiques ; publication électronique de livres et de périodiques en ligne.

— en classe 42 : Réalisation de tests techniques (contrôle de performances ou de qualité); conseils en matière technique pour le choix, l'achat ou l'utilisation de produits ou services ; conseils juridiques.

Le 1^{er} juillet 2016, une licence était consentie par l'UFC-QUE CHOISIR à la SAS QUE CHOISIR, se renouvelant par tacite reconduction tous les trois ans, portant sur l'usage des marques n°3439260 et 3439261.

La SARL X, immatriculée le 6 septembre 2007 au RCS Paris, a pour activités principales le courtage en énergie (gaz et électricité principalement), toute activité, notamment publicitaire, d'affiliation, de télémarketing et de courtage sur internet et par téléphone, intermédiaire web et télémarketing et organisation de prestations de services pour des secteurs variés (énergie, tourisme).

Faisant valoir qu'elle était à l'origine un comparateur sur internet, elle s'est également dédiée à des offres d'achats groupés d'électricité et de gaz afin de proposer des offres supérieures aux meilleurs prix du marché en jouant sur la force du nombre et à sensibiliser les consommateurs avec le changement de fournisseur qui est possible depuis 2007 avec l'arrivée de nouveaux fournisseurs.

La SARLSELECTRA est notamment partenaire de l'association de consommateurs : « Familles de France », concurrent direct de l'UFC- QUE CHOISIR.

L'UFC-QUE CHOISIR et la SAS QUE CHOISIR exposent qu'elles ont développé depuis 2013 une offre périodique, proposée annuellement, de services d'achat groupé d'énergie.

Cette offre consiste à rassembler le plus grand nombre de consommateurs possible dans le cadre d'un achat groupé, à la faveur d'une campagne de communication et de souscription de courte durée au profit des consommateurs, ce afin de pouvoir obtenir la meilleure offre d'énergie à l'issue d'enchères « inversées » organisées avec les fournisseurs du marché et ainsi, pour la masse de consommateurs inscrits à l'opération, de bénéficier, in fine et pendant des périodes définies (en général deux ans) de tarifs préférentiels pour la fourniture de leur énergie (gaz et/ou électricité).

L'offre «Energie moins chère ensemble», est effectuée via la souscription par les consommateurs depuis un site internet, édité par la SAS QUE CHOISIR et spécifiquement dédié, accessible à l'adresse www.choisir-ensemble.com.

Le 28 mai 2019, l'UFC-QUE CHOISIR et la SAS QUE CHOISIR ont annoncé par voie de communiqué de presse le lancement de l'édition 2019 de la campagne «Energie moins chère ensemble», laquelle prévoit une période de souscription par les consommateurs jusqu'au 9 septembre 2019 inclus.

Scion procès-verbal de constat internet de Me MIMOUN du 29 mai 2019 dressé à l'initiative de l'UFC-QUE CHOISIR et la SAS QUE CHOISIR, il apparaît que les URL <https://X.info/energic/actualites/politique/ufc-que-choisir-achat-roupe-moins-cher-e> n° s c e m b l e c , c 1 <https://X.info/energic/guides/conso/choisir-ensemble-ufc>, reproduisent des

pages intitulées «Energie moins chère ensemble : la nouvelle campagne de l'UFC-Que-Choisir » et « UFC-Que Choisir : les opérations »Energie moins chère ensemble".

L'UFC-QUE CHOISIR et la SAS QUE CHOISIR soutiennent que la SARL X, à travers ces pages, contrefait les marques françaises n°3439260 et 3439261, des faits de même nature ayant déjà été constatés en octobre 2018.

Le 26 juin 2019, la SARL X a lancé avec WWF France un achat groupé d'électricité et de gaz renouvelable.

Autorisées par ordonnance du délégataire du président du tribunal de grande instance de Paris du 11 juin 2019, l'UFC-QUE CHOISIR et la SAS QUE CHOISIR ont fait assigner à jour fixe, par exploit d'huissier du 13 juin 2019, la SARL X devant le tribunal de grande instance de Paris en contrefaçon de marques notoires et renommées, concurrence déloyale, parasitisme et pratiques commerciales trompeuses.

Aux termes de ses dernières écritures notifiées par la voie électronique le 6 août 2019, l'UFC-QUE CHOISIR et la SAS QUE CHOISIR demandent au tribunal de :

Vu les articles L. 712-1 et suivants, L. 713-1 et suivants, L. 716-1 et suivants du code de la propriété intellectuelle,

Vu les articles 1240 et suivants du code civil,

Vu les articles L. 12 1-1 et suivants du code de la consommation,

Dire et juger l'UFC-QUE CHOISIR et la SAS QUE CHOISIR

sont parfaitement recevables et bien fondées en leurs actions ect demandes,

Dire et juger que la marque verbale « Que Choisir » n°063439261 est parfaitement distinctive, et ne saurait souffrir d'aucune cause de nullité,

Dire et juger que la marque verbale « Que Choisir » n°063439261 ne revêt aucun caractère déceptif et demeure donc parfaitement valable,

Dire et juger que l'Association UFC-QUE CHOISIR est bien titulaire des marques suivantes et des droits exclusifs attachés auxdites marques :

— La marque semi-figurative n° 3439260

— La marque verbale « Que Choisir » n° 3439261,

Dire et juger, en tant que de besoin, que ces marques sont renommées,

Dire et juger que l'Association UFC-QUE CHOISIR est titulaire des marques notoires «UJFC-Que Choisir » et « Union Fédérale des Consommateurs »,

Dire et juger que la SARL X a contrefait les marques enregistrées précitées de l'UFC-QUE CHOISIR,

Dire et juger que la SARL X a commis une faute en usant, sans autorisation, des marques notoires précitées et, en tant que de besoin et subsidiairement, des marques enregistrées renommées de l'UFC-QUE CHOISIR,

Dire et juger que ces actes ont été commis au préjudice de l'UFC-QUE CHOISIR et de la SAS QUE CHOISIR,

Condamner la SARL X à verser à l'UFC-QUE CHOISIR une somme de 25.000 euros en réparation des préjudices économiques nés de ces atteintes,

Condamner la SARL X à verser à l'UFC-QUE CHOISIR une somme de 10.000 euros en réparation du préjudice moral subi,

Condamner la SARL X à verser à la SAS QUE CHOISIR une somme de 25.000 euros en réparation des préjudices économiques nés de ces atteintes,

Condamner la SARL X à verser à la SAS QUE CHOISIR une somme de 10.000 euros en réparation du préjudice moral subi,

Dire et juger que la SARL X a commis au surplus des actes de concurrence déloyale au préjudice de la SAS QUE CHOISIR,

Dire et juger que la SARL X a commis des agissements parasitaires au préjudice de l'UFC-QUE CHOISIR et de la SAS QUE CHOISIR,

Dire et juger que la SARL X a eu recours à une pratique commerciale trompeuse,

Condamner la SARL X à verser à l'UFC-QUE CHOISIR une somme de 20.000 euros en réparation des dommages consécutifs,

Condamner la SARL X à verser à la SAS QUE CHOISIR une somme de 20.000 euros en réparation des dommages consécutifs,

Enjoindre la SARL X de cesser, à compter du lendemain de la signification du jugement à intervenir, les agissements illicites ainsi jugés,

Assortir cette injonction d'une peine d'astreinte de 10.000 euros par jour de retard et manquement constaté,

Enjoindre la SARL X de cesser, à compter du lendemain de la signification du jugement à intervenir la diffusion sur Internet des liens et contenus accessibles aux URL suivantes :

<https://X.info/energie/actualites/politique/ufc-que-choisir-achat- groupe-moins-cher-ensemble>

<https://X.info/energic/guides/conso/choisir-ensemble-ufc>

Assortir cette injonction d'une peine d'astreinte de 10.000 euros par jour de retard et manquement constaté,

Enjoindre la SARL X de cesser, à compter du lendemain de la signification du jugement à intervenir, son référencement SEA grâce aux signes distinctifs et mots-clés constitutifs d'une marque de l'UFC-QUE CHOISIR ou attachés aux personnes, renommées, investissements de l'UFC-QUE CHOISIR et de la SAS QUE CHOISIR, dont notamment de son offre « Energie moins chère ensemble » et de son service « choisirensemble.fr",

Assortir cette injonction d'une peine d'astreinte de 10.000 €par jour de retard et manquement constaté,

Enjoindre à la SARL X de publier, sur la page

d'accueil de son site Internet et de sa page Facebook, le communiqué suivant :

COMMUNIQUE JUDICIAIRE

Par Jugement du Tribunal de Grande Instance de Paris du XXX, X a été condamnée pour contrefaçon, concurrence déloyale et parasitisme aux préjudices de l'UFC-QUE CHOISIR et de la SAS QUE CHOISIR relativement à la campagne d'achat groupé d'énergie «Energie moins chère ensemble » distribuée sur le site Internet www.choisirensemble. fr. Ce communiqué est destiné à l'information des consommateurs.

Dire que ce texte, intitulé inclus, devra demeurer en haut de page, être publié dans une taille de caractère qui ne soit pas inférieure à 12, que l'intitulé devra apparaître en majuscules et en gras, et que l'ensemble du communiqué devra être encadré en rouge,

Dire que cette publication devra intervenir le lendemain de la signification du jugement à intervenir et demeurée accessible sans discontinuer, dans les conditions indiquées, pour une durée de trois mois, à peine d'astreinte de 10.000 €par jour de retard et manquement constaté,

Ordonner l'envoi, par et aux frais de la SARL X du communiqué à toutes les personnes qui se seront inscrites sur le site de la SARL X à compter du 28 mai et jusqu'au jugement à intervenir, sous le contrôle d'huissier qu'il plaira au tribunal de céans de désigner,

Dire que le texte envoyé, intitulé inclus, devra être rédigé dans une taille de caractère qui ne soit pas inférieure à 12, que l'intitulé devra apparaître en majuscules et en gras, et que l'ensemble du communiqué devra être encadré en rouge, sans autre ajout,

Dire que l'envoi devra intervenir le lendemain de la signification du jugement à intervenir, à peine d'astreinte de 10.000 €par jour de retard et manquement constaté,

Se réserver la liquidation des astreintes provisoires fixées,

Condamner la SARL X à verser une somme de 20.000 euros au titre de l'article 700 du code de procédure civile,

Condamner la SARL X aux entiers dépens,

Débouter la SARL X de l'ensemble de ses demandes, fins et conclusions contraires.

Ordonner l'exécution provisoire du jugement à intervenir.

Dans ses dernières conclusions notifiées par la voie électronique le 9 septembre 2019, la SARL X demande au tribunal de :

À titre principal,

Dire et juger que la marque verbale « Que Choisir » n°06 3 439 261 n'est pas distinctive,

Dire et juger, subsidiairement, que la marque verbale « Que Choisir » n°06 3 439 261 est désormais déceptive et, en conséquence, que l'UFC – Que Choisir doit être déchue de ses droits afférents,

Constater que les marques verbales « UFC – Que Choisir » et « Union Fédérale des Consommateurs » ne sont pas déposées,

Constater que l'UFC – Que Choisir et la SAS Que Choisir ne démontrent pas le caractère notoire des marques verbales « UFC – Que Choisir » et « Union Fédérale des Consommateurs »,

En conséquence,

Déclarer la nullité de la marque verbale « Que Choisir » n°06 3 439 261 et, subsidiairement, dire et juger que l'UFC – Que Choisir doit en être déchue,

Déclarer l'UFC – Que Choisir et la SAS Que Choisir irrecevables en leur action en contrefaçon fondée sur la marque verbale « Que Choisir » n°06 3 439 261 et sur les marques verbales non déposées « UFC – Que Choisir » et « Union Fédérale des Consommateurs »,

Débouter l'UFC – Que Choisir et la SAS Que Choisir de toutes leurs demandes, fins et conclusions,

Subsidiairement,

Constater que X n'a commis aucun acte de contrefaçon,

Constater que X n'a commis aucun acte de concurrence déloyale,

Constater que X n'a commis aucun acte de parasitisme,

Constater que X n'a eu recours à aucune pratique commerciale trompeuse,

Constater que l'UFC – Que Choisir et la SAS Que Choisir n'apportent pas la preuve de leurs préjudices,

En conséquence,

Débouter l'UFC – Que Choisir et la SAS Que Choisir de toutes leurs demandes, fins et conclusions,

Reconventionnellement,

Dire et juger que la SAS Que Choisir et l'UFC – Que Choisir, ont commis des pratiques commerciales trompeuses,

Dire et Juger que la SAS Que Choisir et l'UFC – Que Choisir ont commis des actes de concurrence déloyale,

Condamner in solidum la SAS Que Choisir et l'UFC – Que Choisir à verser à X la somme de 1 euro en réparation de son préjudice causé par la concurrence déloyale subie,

Enjoindre solidairement l'UFC – Que choisir et la SAS Que Choisir de publier, sur la page d'accueil – du – site – internet www.choisirensemble.fr, ainsi que sur la page d'accueil du site www.quechoisir.org, et sur tous les comptes de réseau sociaux détenus par elles, le communiqué suivant :

COMMUNIQUE JUDICIAIRE

Par jugement du Tribunal de Grande Instance de Paris du XXX, L'UFC – Que Choisir et la SAS Que Choisir ont été condamnées à publier le présent communiqué afin d'informer les consommateurs que l'offre d'achats groupés «Energie moins chère ensemble» n'est pas proposée par l'association de défense des consommateurs à but non lucratif UFC – Que Choisir, mais par sa filiale commerciale à but lucratif la SAS Que Choisir. Il a été jugé que l'UFC – Que Choisir et la SAS Que Choisir ont eu recours à des pratiques commerciales trompeuses envers les consommateurs, et à des actes de concurrence déloyale envers la société X, leur concurrent direct.

Dire que ce texte, intitulé inclus, devra demeurer en haut de page, être publié dans une taille de caractère qui ne soit pas inférieure à 12, que l'intitulé devra apparaître en majuscule et en gras, et que l'ensemble du communiqué devra être encadré en rouge,

Dire que cette publication devra intervenir le lendemain de la signification du jugement à intervenir et demeurée accessible sans discontinuer, dans les conditions indiquées, pour une durée de trois mois, à peine d'astreinte de 10.000 euros par jour de retard et manquement constaté,

Ordonner l'envoi, par et aux frais de l'UFC – Que Choisir et de la SAS Que Choisir du communiqué à toutes les personnes qui se seront préinscrites sur le site de l'UFC – Que Choisir et de la SAS Que Choisir à l'offre « Energie moins chère ensemble » à compter du 28 mai et jusqu'au jugement à intervenir, sous le contrôle d'huissier qu'il plaira au Tribunal de céans de désigner,

Dire que le texte envoyé, intitulé inclus, devra être rédigé dans une taille de caractère qui ne soit pas inférieure à 12, que l'intitulé devra apparaître en majuscule et en gras, et que l'ensemble du communiqué devra être encadré en rouge, sans autre ajout,

Dire que l'envoi devra intervenir le lendemain de la signification du jugement à intervenir, à peine d'astreinte de 10.000 euros par jour de retard et manquement constaté,

Se réserver la liquidation des astreintes provisoires fixées, Ordonner l'exécution provisoire du jugement à intervenir, En tout état de cause,

Condamner solidairement l'UFC – Que Choisir et la SAS Que Choisir à verser à X la somme de 20.000 € au titre de l'article 700 du code de procédure civile, ainsi qu'aux entiers dépens, qui seront recouverts directement par la SCP FTMS conformément aux dispositions de l'article 699 du code de procédure civile.

Les parties ont été entendues à l'audience du 10 septembre 2019.

MOTIFS DU JUGEMENT :

Sur la nullité de la marque verbale française n°3439261 « QUE CHOISIR » :

La SARL X oppose que cette marque serait nulle car ne présentant pas de caractère distinctif intrinsèque, l'activité de l'UFC- QUE CHOISIR étant de guider le choix du consommateur à travers des produits de l'imprimerie, des articles d'information, des livres, des revues ou colloques, tandis que les termes généraux « Que Choisir » se bornent à créer une interrogation générale sur une option à retenir dans une situation qui n'est pas définie et que rien dans cette expression ne permet de déceler la particularité et la spécificité des produits et services proposés par l'UFC-QUE CHOISIR.

La SARL X soutient encore que l'UFC QUE- CHOISIR ne rapporte pas la preuve que la marque litigieuse aurait acquis un caractère distinctif par son usage.

La SARL X fait valoir enfin que la marque litigieuse présenterait un caractère purement descriptif dès lors que cette marque est utilisée pour l'exercice d'une activité de comparaison de produits et de conseil.

L'UFC-QUE CHOISIR réplique que le signe « QUE CHOISIR » n'est pas la désignation générique nécessaire et usuelle des produits et services visés à l'enregistrement de la marque et que l'usage des termes QUE CHOISIR n'est pas impératif pour la désignation de ces produits et services et qu'il ne présente donc pas un caractère descriptif, le signe se limitant tout au plus à évoquer ou suggérer, de façon indirecte, certains objectifs finaux de certains services

mentionnés à l'enregistrement. L'UFC-QUE CHOISIR considère que le signe, qui ne présente aucun trait de ponctuation, présente donc une part d'arbitraire. Enfin, elle soutient que le signe a acquis un caractère distinctif par l'usage.

Sur ce :

Aux termes de l'article L.711-2 du code de la propriété intellectuelle, le caractère distinctif d'un signe de nature à constituer une marque s'apprécie à l'égard des produits ou services désignés.

Sont dépourvus de caractère distinctif :

- a) Les signes ou dénominations qui, dans le langage courant ou professionnel, sont exclusivement la désignation nécessaire, générique ou usuelle du produit ou du service ;
- b) Les signes ou dénominations pouvant servir à désigner une caractéristique du produit ou du service, et notamment l'espèce, la qualité, la quantité, la destination, la valeur, la provenance géographique, l'époque de la production du bien ou de la prestation de service ;
- c) Les signes constitués exclusivement par la forme imposée par la nature ou la fonction du produit, ou conférant à ce dernier sa valeur substantielle.

Le caractère distinctif peut, sauf dans le cas prévu au c, être acquis par l'usage.

L'article L.714-3 dudit code prévoit qu'est déclaré nul par décision de justice l'enregistrement d'une marque qui n'est pas conforme aux dispositions des articles L. 71 1-1 à L. 71 1-4.

Aussi, le signe déposé à titre de marque, pour désigner des produits et services, doit être distinctif, c'est à dire qu'il ne doit être ni générique, nécessaire ou usuel, ni descriptif de la qualité des produits et services visés à l'enregistrement de la marque.

Or, le signe « QUE CHOISIR » appartient au langage courant pour suggérer une idée de choix ou d'offre de comparaison au profit du consommateur. Il ne présente aucun caractère arbitraire, le fait qu'il n'est pas suivi de point d'interrogation étant insuffisant, tandis que l'ensemble des produits et services visés à l'enregistrement de la marque constituent des supports ou des moyens permettant de fournir des informations au consommateur pour l'aider dans ses décisions, ainsi que des politiques de conseil pour l'assister dans ses démarches.

Aussi, à la date de son dépôt, la marque « QUE CHOISIR » ne présentait aucun caractère distinctif.

Cependant, il découle de l'étude SORGEM d'octobre 2015 produite en demande que le magazine QUE CHOISIR, qui renvoie nécessairement à la marque verbale QUE CHOISIR n°3439261, est connu de 85% du grand public, par rapport à 64% en 2011, juste derrière « 60 millions de consommateurs ».

Cette marque, exploitée en continu depuis plus de 13 ans, a nécessairement acquis un caractère distinctif par l'usage.

Aussi, le moyen de nullité soulevé par la SARL X sera rejeté.

Sur la déchéance de la marque verbale française n°3439261 pour déceptivité :

La SARL X expose que la marque française n°3439261 encourt la déchéance à compter du 1^{er} juillet 2016 comme étant devenue déceptive. A cet égard, déposée à l'origine dans le cadre de la mission d'information et de protection du consommateur à but non lucratif exercée par l'UFC-QUE CHOISIR, la marque a ensuite fait l'objet d'un usage commercial par la SAS QUE CHOISIR, notamment afin de proposer des offres d'achats groupées. Elle rappelle que les catégories de produits et services prévues lors du dépôt auprès de l'INPI ne prévoient pas les ventes d'achats groupées et que la marque verbale «QUE CHOISIR est donc désormais utilisée afin de vendre de manière trompeuse un service de courtage en énergie.

L'UFC-QUE CHOISIR réplique, d'une part, qu'elle continue à utiliser la marque personnellement et pleinement, la licence concédée à la SAS QUE CHOISIR n'étant pas exclusive et que, d'autre part, le signe est bel et bien utilisé par la SAS QUE CHOISIR pour les produits et services visés à l'enregistrement. Elle considère qu'en dépit de la charge qui lui incombe, la SARL X ne prouve pas que le signe litigieux est devenu propre à provoquer une tromperie effective du consommateur ou du moins un risque suffisamment grave pour que la déchéance des droits puisse être prononcée.

Sur ce :

Aux termes de l'article L.711-3 c) du code de la propriété intellectuelle, ne peut être adopté comme marque ou élément de marque un signe de nature à tromper le public, notamment sur la nature, la qualité ou la provenance géographique du produit ou du service.

Selon l'article L.714-6 b) dudit code, encourt la déchéance de ses droits le propriétaire d'une marque devenue de son fait propre à induire en erreur, notamment sur la nature, la qualité ou la provenance géographique du produit ou du service.

Or, il est observé que la SARL X ne justifie pas en quoi l'usage de la marque verbale n°3439261, tant par l'UFC-QUE CHOISIR que par son licencié, la SAS QUE CHOISIR, serait de nature à tromper le public, tandis qu'au contraire, il est établi que la SAS QUE CHOISIR utilise effectivement le signe pour les produits et services visés à l'enregistrement de la marque.

A cet égard, les campagnes «Energie moins chère ensemble» s'inscrivent pleinement dans le service "conseils d'ordre économique ou commercial aux consommateurs pour la réalisation de leurs achats de produits et services" visé en classe 35 reproduit dans l'enregistrement de la marque, s'agissant d'une action de mobilisation des consommateurs afin de leur permettre d'exercer un pouvoir sur le marché de l'énergie.

Aussi, la demande de déchéance de la marque n°3439261 pour acquisition d'un caractère déceptif sera rejetée.

Sur les marques notoires «UFC-Que choisir» et "Union Fédérale

des Consommateurs":

L'UFC-QUE CHOISIR soutient qu'elle est titulaire des marques « Union fédérales des consommateurs » et « 'UFC-QUE CHOISIR », dont le caractère notoire découle du fait qu'elles sont connues d'une très large fraction du public.

La SARL X soutient que le caractère notoire de ces marques non déposées n'est pas établi.

Sur ce :

Aux termes de l'article L.713-5 du code de la propriété intellectuelle, la reproduction ou l'imitation 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 si celle est de nature à porter préjudice au propriétaire de la marque ou si cette reproduction ou imitation constitue une exploitation injustifiée de cette dernière.

Les dispositions de l'alinéa précédent sont applicables à la reproduction ou l'imitation d'une marque notoirement connue au sens de l'article 6 bis de la convention de Paris pour la protection de la propriété industrielle précitée.

L'UFC-QUE CHOISIR se prévaut de l'étude d'octobre 2015 réalisée par la société SORGEM INTERNATIONAL MARKET RESEARCH à sa demande.

Or, cette étude ne permet pas de retenir que le signe « Union Fédérale des Consommateurs », qui n'est pas déposé, serait particulièrement connu du grand public.

Il en va de même pour le signe « 'UFC-QUE CHOISIR ».

Par conséquent, les demandes formées au titre des marques notoires seront rejetées.

L'UFC-QUE CHOISIR, en sa qualité de titulaire, sera déclarée recevable en ses demandes formées au titre de la contrefaçon des marques françaises semi-figurative n° 3439260 et verbale n° 3439261.

En revanche, la SAS QUE CHOISIR est irrecevable en ses demandes formées au titre de la contrefaçon, n'étant pas propriétaire d'un droit privatif sur les marques précitées. Elle est en revanche recevable à agir sur le fondement de la concurrence déloyale et parasitaire pour demander la réparation du préjudice qu'elle aurait subi en raison de l'atteinte à ses droits de licenciée.

Sur le caractère renommé des marques françaises n°3439260 et 3439261 :

L'UFC-QUE CHOISIR soutient que ces marques seraient des marques renommées au sens de l'article L.713-5 du code de la propriété intellectuelle.

La SARL X, qui s'est contentée de conclure à la nullité et subsidiairement à la déchéance de la marque n°3439261, est taisante sur ce point.

Sur ce :

Aux termes de l'article L.713-5 du code de la propriété intellectuelle, la reproduction ou l'imitation 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 si celle est de nature à porter préjudice au propriétaire de la marque ou si cette reproduction ou imitation constitue une exploitation injustifiée de cette dernière.

Les dispositions de l'alinéa précédent sont applicables à la reproduction ou l'imitation d'une marque notoirement connue au sens de l'article 6 bis de la convention de Paris pour la protection de la propriété industrielle précitée.

Il ressort de ce texte, interprété à la lumière de la directive 2008/95 du 22 octobre 2008 rapprochant les législations des Etats membres sur les marques, et notamment de son article 5§2, que peut être considérée comme renommée la marque qui est connue d'une fraction significative du public concerné par les produits ou services couverts par elle, soit en l'espèce le consommateur français.

Afin d'apprécier la renommée d'une marque, il convient de prendre en compte notamment la part de marché occupée par la marque, la connaissance de la marque par le public concerné, le cas échéant fondée sur des sondages d'opinion, l'intensité de son exploitation, son étendue géographique, la durée de son usage, ou encore l'importance des investissements de son titulaire.

Il résulte de l'analyse des comptes 2017 de l'UFC-QUE CHOISIR que le chiffre d'affaire du site web quechoisir.org est en progression de 150.000 euros avec quasiment 150.000 abonnés et un portefeuille doublé en 5 ans.

Par ailleurs, il découle de l'étude SORGEM d'octobre 2015 que le magazine QUE CHOISIR est connu de 85% du grand public, par rapport à 64% en 2011, juste derrière « 60 millions de consommateurs ».

Il ressort de ces éléments que la marque verbale QUE CHOISIR n°3439261, à laquelle renvoient le site web et le magazine QUE CHOISIR, a acquis au cours de nombreuses années, étant exploitée depuis plus de 13 ans, une notoriété certaine auprès d'un large public par une exploitation continue sur l'ensemble du territoire français.

Aussi, il y a lieu de reconnaître à cette marque le caractère de marque renommée au sens de l'article L.713-5 du code de la propriété intellectuelle.

En revanche, concernant la marque semi-figurative n°3439260, les pièces produites en demande sont insuffisantes à caractériser qu'un large public connaîtrait cette marque, le caractère continu de l'exploitation du signe n'apparaissant pas évident.

Il n'y a donc pas lieu de dire que cette marque présenterait une renommée particulière.

Sur la contrefaçon :

L'UFC-QUE CHOISIR soutient que les actes de contrefaçon des marques susvisées, par reproduction comme par imitation, pour identifier et promouvoir des services identiques ou similaires à ceux désignés à l'enregistrement de ces marques, générant au demeurant un risque de confusion, ont été multiples ; qu'à cet égard, le contenu des pages du site internet de la SARL X reproduisent et imitent les marques n°3439260 et 3439261 pour un service d'offre d'achat groupé d'énergie destiné aux consommateurs, ainsi qu'il résulte des procès-verbaux de constats d'huissier des 19 octobre 2018, 29 mai 2019 et 31 mai 2019. L'UFC-QUE CHOISIR affirme que les pages litigieuses n'ont pas pour seule finalité d'informer le consommateur, mais de le renvoyer, à travers des encarts publicitaires particulièrement mis en valeur et le maintien d'un bandeau publicitaire fixe en haut de page, vers l'offre de service de la défenderesse. Elle en conclut que le risque de confusion est complet. L'UFC-QUE CHOISIR fait valoir également que des actes de contrefaçon existent également dans les URL suivantes du site internet de la SARL SELECTR A : <https://sselectra.info/energie/guides/conso/choisir-ensemble-ufc> et <https://X/info/energie/actualites/politique/ufc-que-choisir-achat-groupe-moins-cher-ensemble>, cette association n'ayant pour seul objet que de réaliser la promotion des offres commerciales de la SARL X en renvoyant ainsi sur son site. L'UFC-QUE CHOISIR ajoute que la SARL X a procédé à la réservation de très nombreux mots clés dans le cadre du service Google Adwords composés des termes suivants : UFC, UFC QUE CHOISIR et QUE CHOISIR, qui sont la reprise de ses marques.

La SARL X se prévaut de l'article L.713-6 du code de la propriété intellectuelle, pour considérer comme licites la reproduction des signes, sans qu'il y ait confusion sur l'origine des services ni atteinte aux droits de marque, dès lors que cette reproduction a pour seul objet d'informer le public sur un sujet concerné. Elle soutient qu'en l'espèce, c'est dans le cadre de son activité de média destinée à l'information du consommateur qu'elle a publié les pages internet incriminées, lesquelles sont contenues dans les sections « Guide » et « Actualités » et qui n'ont pour seul objet que de participer à l'information du consommateur sur la campagne d'offre d'achats groupés de l'UFC-QUE CHOISIR et de la SAS QUE CHOISIR. Elle indique qu'il existe, certes, des encarts publicitaires X, mais qu'ils sont distincts du corps de l'article informationnel, et correspondent à des publicités contextuelles, pratique courante et légale, de sorte qu'il n'y a aucun risque de confusion entre X et les marques de l'UFC-QUE CHOISIR, le signe n'étant pas utilisé dans la vie des affaires dès lors qu'il ne vise pas l'obtention par la SARL X d'un avantage économique. Concernant les URL, la SARL X fait valoir que les marques litigieuses ne sont pas reproduites. Elle soutient que les liens de recherche litigieux ne renvoient que vers des articles d'information. Enfin, sur les mots clés, la SARL X indique qu'elle n'a pas reproduit les marques de l'UFC-QUE CHOISIR et qu'aucun risque de confusion n'est établi.

Sur ce :

Aux termes de l'article L.713-2 du code de la propriété intellectuelle, sont interdits, sauf autorisation du propriétaire : a) 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.

En vertu de l'article L. 713-3 du code de la propriété intellectuelle, sont interdits sauf autorisation du propriétaire, s'il peut en résulter un risque de confusion dans l'esprit du public:

a) la reproduction, l'usage ou l'apposition d'une marque, ainsi que l'usage d'une marque reproduite, pour des produits ou services similaires à ceux désignés dans l'enregistrement ;

b) l'imitation d'une marque et l'usage d'une marque imitée pour des produits ou services identiques ou similaires à ceux désignés dans l'enregistrement.

L'article L.716-1 dudit code dispose 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 aux articles L. 713-2, L. 713-3 et L. 713-4.

L'article L.713-5, alinéa 1, dudit code dispose que la reproduction ou l'imitation 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 si elle est de nature à porter préjudice au propriétaire de la marque ou si cette reproduction ou imitation constitue une exploitation injustifiée de cette dernière.

Enfin, l'article L.713-6 b) du code de la propriété intellectuelle prévoit que l'enregistrement d'une marque ne fait pas obstacle à l'utilisation du même signe ou d'un signe similaire comme référence nécessaire pour indiquer la destination d'un produit ou d'un service, notamment en tant qu'accessoire ou pièce détachée, à condition qu'il n'y ait pas de confusion dans leur origine.

Aussi, dans la vie des affaires, si la citation d'une marque appartenant à un tiers est la seule 90551b1111c pour un opérateur conom19uc de gromouvorr ses propres produits ou services, il sera autorisé à le faire, sans requérir l'accord préalable du propriétaire de la marque, étant précisé que l'utilisateur de la marque d'autrui doit, en toute hypothèse, s'abstenir de créer ou d'entretenir les conditions d'une confusion sur l'origine des produits ou des services qu'il promeut. Il doit impérativement éviter de se présenter comme étant lié d'une quelconque façon au propriétaire de la marque.

En ce sens, la Cour de cassation, dans un arrêt de la chambre commerciale du 10 février 2015, n° de pourvoi : 13-28263, a décidé que « l'arrêt relève que la présentation réalisée de façon visuelle et concrète par la société Exbanor avait pour seul but de convaincre les professionnels de la viticulture que ses attaches dégradables pouvaient être conformées et coupées par un lieur électrique ; qu'il retient que, ne Jabriquant pas un tel outil, cette société n'avait, pour les besoins de sa démonstration, pas d'autre moyen que de faire usage d'un lieur électrique commercialisé par une entreprise concurrente et que, la société X... se présentant elle-même comme le leader mondial de la mécanisation en viticulture, il ne peut être fait grief à la société Exbanor d'avoir choisi d'employer l'appareil de cette société, couramment utilisé dans la profession ; qu'en l'état de ces constatations et appréciations, faisant ressortir que l'information compréhensible et complète sur la compatibilité entre les attaches dégradables et l'utilisation des lieurs

électriques ne pouvait, en pratique, être communiquée au public par la société Exbanor sans qu'il soit fait usage de la marque « X... » dont elle n'était pas titulaire, la cour d'appel a légalement justifié sa décision".

En l'espèce, l'UFC-QUE CHOISIR communique trois procès- verbaux de constats d'huissier sur internet dressés par Me MIMOUN :

— le premier, le 19 octobre 2018, à partir de l'URL: <https://X.info/energie/guides/conso/choisir-ensemble-ufc>,

— le second, le 29 mai 2019, à partir des URL: <https://X.info/energie/actualites/politique/ufc-que-choisir-achat-groupe-moins-cher-ensemble> et – <https://X.info/energie/guides/conso/choisir-ensemble-ufc>,

— le troisième, le 31 mai 2019, à partir à des mêmes URL que le constat du 29 mai 2019.

Il est établi que les achats groupés menés par l'UFC-QUE CHOISIR ont structuré de manière importante le marché de l'énergie.

La SARL X , aux termes des procès-verbaux susvisés, ne se comporte pas comme un simple comparateur de produits et services, mais propose aux consommateurs de participer aux achats groupés d'énergie qu'elle organise personnellement.

La SARL X, qui se prévaut de l'exception prévue par l'article L.713-6 b) du code de la propriété intellectuelle pour se dispenser de l'autorisation préalable de l'UFC-QUE CHOISIR pour citer et reproduire ses marques, doit donc établir qu'elle ne peut pas promouvoir ses propres services sans faire référence auxdites marques.

Or, cette preuve fait défaut, la SARL X pouvant sans difficulté faire connaître au public ses propres opérations d'achats groupés, sans faire explicitement référence à des organismes ayant antérieurement pris l'initiative de promouvoir de tels services.

Il résulte du procès-verbal de constat du 19 octobre 2018 que la SARL X, sur son site internet, à partir de l'URL : <https://X.info/energie/guides/conso/choisir-ensemble-ufc>, présente une page intitulée « UFC-QUE CHOISIR : les opérations »Energie moins chère ensemble" , qui reproduit la marque semi-figurative UFC- QUE CHOISIR n°3439260 et la marque verbale QUE CHOISIR n°3439261 pour présenter l'historique des offres d'achat groupé en matière d'énergie menées par l'UFC-QUE CHOISIR, les résultats et les avantages de ces actions.

Il est observé que la page en cause comprend des insertions : "achat groupé électricité et gaz 2018 : inscrivez-vous gratuitement à l'opération d'achat groupé de 2018 de X ! Vous recevrez une proposition d'offre moins chère dans les prochaines semaines, et pourrez décider à ce moment si vous l'accepter ou non« et que »ces enchères inversées sont aussi organisées par des comparateurs comme X. Nous fûmes d'ailleurs les premiers à lancer un achat groupé portant à la fois sur l'électricité et le gaz naturel", un tableau comparatif des achats groupés antérieurs comparant les actions respectives d'UFC- QUE CHOISIR et de X, X et FAMILLE DE FRANCE, X et AURORE étant reproduit.

Concernant les autres constats des 29 et 31 mai 2019, à partir de l'URL <https://X.info/energic/actualites/politique/ufc-que-choisir-achat-groupe-moins-cher-ensemble>, apparaît une page intitulée «Energie moins chère ensemble : la nouvelle campagne de l'UFC-QUE CHOISIR ». La SARL X y consacre également de très nombreux passages sur l'activité menée par l'UFC-QUE CHOISIR et les bénéficiaires qui y sont associés dans l'intérêt des consommateurs par l'obtention de prix plus bas.

Aussi, même si les pages internet comportent des encarts rappelant les offres présentées par la SARL X, il n'en demeure pas moins qu'au regard des très longs développements consacrés à l'activité de l'UFC-QUE CHOISIR, la SARL X sera nécessairement perçue par le consommateur d'attention moyenne, désirant participer aux opérations d'achats groupés, comme un partenaire de l'UFC-QUE CHOISIR.

La SARL X a donc créé les conditions d'une confusion sur l'origine de ses services en les rattachant ainsi à ceux offerts par l'UFC-QUE CHOISIR.

Ce risque de confusion est encore alimenté par les termes 'ufc« 'et »ufc-que choisir" reproduits dans les URL.

Enfin, il est rappelé que, si le seul fait d'utiliser une marque comme mot-clé ne constitue pas en soi un acte de contrefaçon, par un arrêt du 23 mars 2010 (aff. C-236/08 à C-238/08, Google France SARL et Google Inc. contre A B Malletier SA et autres), la Cour de justice de l'Union européenne a dit pour droit que "les articles 5, paragraphe 1, sous a), de la première Directive n° 89/104/CÉEE du Conseil, du 21 décembre 1988, rapprochant les législations des Etats membres sur les marques, et 9, paragraphe 1, sous a), du Règlement (CE) n° 40/94 du Conseil, du 20 décembre 1993, sur la marque communautaire, doivent être interprétés en ce sens que le titulaire d'une marque est habilité à interdire à un annonceur de faire, à partir d'un mot clé identique à ladite marque que cet annonceur a sans le consentement dudit titulaire sélectionné dans le cadre d'un service de référencement sur internet, de la publicité pour des produits ou des services identiques à ceux pour lesquels ladite marque est enregistrée, lorsque ladite publicité ne permet pas ou permet seulement difficilement à l'internaute moyen de savoir si les produits ou les services visés par l'annonce proviennent du titulaire de la marque ou d'une entreprise économiquement liée à celui-ci ou, au contraire, d'un tiers. Or, l'utilisation des mots-clés UFC, UFC QUE CHOISIR et QUE

CHOISIR fait apparaître, ainsi qu'il résulte du procès-verbal de constat du 29 mai 2019, comme premier résultat promotionnel l'annonce :

Ensemble l'énergie moins chère : Union des consommateurs soit une énergie moins chères

Qui peut s'inscrire ? achat groupe

laquelle, tout en renvoyant sur le site « club.X.info », comporte l'en-tête « Ensemble l'énergie moins chère/Union des consommateurs ».

Aussi, le renvoi sur le site de la SARL X fait directement référence aux opérations menées par l'UFC-QUE CHOISIR.

L'utilisation par la SARL X des mots clés reproduisant la marque verbale ' QUE CHOISIR« et imitant la marque semi- figurale »UFC-QUE CHOISIR" pour renvoyer sur son propre site internet génère, une fois de plus, un risque de confusion dans l'esprit du public qui sera amené à associer l'UFC-QUE CHOISIR et la SARL X comme menant ensemble un partenariat d'actions communes d'achats groupés d'énergie.

Aussi, la SARL X ne pouvant sérieusement se prévaloir des dispositions de l'article L.713-6 b) du code de la propriété intellectuelle, son utilisation sans autorisation de l'UFC-QUE CHOISIR des marques françaises n°3439260 et 3439261 constitue une contrefaçon desdites marques.

En créant artificiellement un lien avec la marque verbale française renommée n°3439261, la SARL X a également porté atteinte à cette marque en application de l'article L.713-5 du code de la propriété intellectuelle.

Sur les mesures réparatrices:

L'UFC-QUE CHOISIR sollicite l'allocation de 25.000 euros au litre des atteintes portées à ses droits de titulaire de marque, ainsi qu'à la renommée et distinctivité desdites marques, outre 10.000 euros au titre du préjudice moral.

La SARL X réplique que l'UFC-QUE CHOISIR n'apporte pas la preuve des montants demandés.

Sur ce :

L'UFC-QUE CHOISIR fonde à titre principal ses demandes indemnitaires sur les textes applicables à la contrefaçon de marques. Celle-ci étant retenue, il n'y a pas lieu de statuer sur les demandes présentées à titre subsidiaire sur le fondement de l'article L.713-5 du code de la propriété intellectuelle.

En vertu de l'article L7 16-14 du code de propriété intellectuelle, 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 le contrefacteur, y compris les économies d'investissements intellectuels, matériels et promotionnels que celui-ci a retirés de la contrefaçon.

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. Cette somme est supérieure 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. Cette somme n'est pas exclusive de l'indemnisation du préjudice moral causé à la partie lésée.

Et, en vertu de l'article L 7116-15 du code de propriété intellectuelle, en cas de condamnation civile pour contrefaçon, la juridiction peut ordonner, à la demande de la partie lésée, que les produits reconnus comme produits contrefaisants et les matériaux et instruments ayant principalement servi à leur création ou fabrication soient rappelés des circuits commerciaux, écartés définitivement de ces circuits, détruits ou confisqués au profit de la partie lésée.

La juridiction peut aussi ordonner toute mesure appropriée de publicité du jugement, notamment son affichage ou sa publication intégrale ou par extraits dans les journaux ou sur les services de communication au public en ligne qu'elle désigne, selon les modalités qu'elle précise.

Les mesures mentionnées aux deux premiers alinéas sont ordonnées aux frais du contrefacteur.

Compte tenu de l'importance de la contrefaçon commise sur internet en vue de promouvoir les actions menées par la SARL X, il convient d'allouer à l'UFC-QUE CHOISIR, en application du second alinéa de l'article L.716-14 du code de la propriété intellectuelle, une indemnité forfaitaire de 20.000 euros.

Le préjudice moral, incontestable, sera indemnisé à hauteur de 5.000 euros.

Il sera fait droit aux mesures d'interdiction sollicitées dans les termes du dispositif du jugement.

Sur la concurrence déloyale et parasitaire :

L'UFC-QUE CHOISIR et la SAS QUE CHOISIR soutiennent que la SARL X aurait eu recours à des agissements déloyaux pour détourner les consommateurs de la campagne « Energie moins chère ensemble » de 2019 et les diriger vers les offres d'achat groupé proposées par la SARL X, par la reprise dans les URL litigieuses des expressions et vocables « choisir ensemble » et « moins cher ensemble », du signe notoirement connu « Union des consommateurs » dans la rédaction de l'intitulé de recherche de son annonce sponsorisée Google Adwords et la reprise à l'identique de la campagne « Energie moins chère ensemble » de son site internet.

La SARL X nie les faits qui lui sont reprochés, n'ayant généré aucun risque de confusion avec les services offerts par les demanderessees tandis qu'elle n'a pas cherché à profiter de leurs investissements, l'information faite au sujet des actions menées par l'UFC-QUE CHOISIR et la SAS QUE CHOISIR ayant au contraire eu un impact favorable à leur profit.

Sur ce :

En application de l'article 1240 du code civil, tout fait quelconque de l'homme qui cause à autrui un dommage oblige celui par la faute duquel il est arrivé à le réparer.

L'UFC-QUE CHOISIR ne pouvant se prévaloir d'aucun droit privatif sur les termes « Energie moins chère ensemble », « choisir ensemble » et « moins cher ensemble », qui peuvent être

utilisés par d'autres acteurs économiques du marché, tandis que le reproche fait par l'UFC-QUE CHOISIR concerne en réalité des faits déjà examinés au titre de la contrefaçon de marques et d'atteinte à marque renommée, les demandes formalisées au titre de la concurrence déloyale et parasitaire ne pourront qu'être rejetées.

En revanche, il est rappelé que l'activité menée par la SARL X sur son site internet est de nature à créer un risque de confusion dans l'esprit du consommateur avec les marques de l'UFC-QUE CHOISIR qui sont exploitées par la SAS QUE CHOISIR dans le cadre de son contrat de licence.

Elle cause donc un préjudice propre à la SAS QUE CHOISIR qui sera réparé par l'allocation d'une indemnité de 15.000 euros au titre de la concurrence déloyale.

Sur les pratiques commerciales trompeuses :

L'UFC-QUE CHOISIR et la SAS QUE CHOISIR soutiennent que la SARL X a été l'auteur de pratiques commerciales trompeuses, les informations véhiculées n'étant pas loyales et que, sur les pages internet de la défenderesse, il n'est jamais porté à la connaissance de l'internaute consommateur ni l'existence du site « choisir ensemble » ni un lien renvoyant au site de la campagne.

La SARL X oppose que la preuve de telles pratiques n'est pas rapportée.

Sur ce

Il résulte de l'article L.12 1-1 du code de la consommation que les pratiques commerciales déloyales sont interdites.

Une pratique commerciale est déloyale lorsqu'elle est contraire aux exigences de la diligence professionnelle et qu'elle altère ou est susceptible d'altérer de manière substantielle le comportement économique du consommateur normal et informé et raisonnablement attentif et avisé, à l'égard d'un bien ou d'un service.

Le caractère déloyal d'une pratique commerciale visant une catégorie particulière de consommateurs ou un groupe de consommateurs vulnérables en raison d'une infirmité mentale ou physique, de leur âge ou de leur crédulité s'apprécie au regard de la capacité moyenne de discernement de la catégorie ou du groupe.

Constituent, en particulier, des pratiques commerciales déloyales les pratiques commerciales trompeuses définies aux articles L. 121-2 à L. 121-4 et les pratiques commerciales agressives définies aux articles L. 121-6 et L. 12 1-7.

Et selon l'article L.121-2 du même code, une pratique commerciale est trompeuse si elle est commise dans l'une des circonstances suivantes :

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 :

a) L'existence, la disponibilité ou la nature du bien ou du service

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 ;

c) Le prix ou le mode de calcul du prix, le caractère promotionnel du prix et les conditions de vente, de paiement et de livraison du bien ou du service ;

d) Le service après-vente, la nécessité d'un service, d'une pièce détachée, d'un remplacement ou d'une réparation ;

e) La portée des engagements de l'annonceur, la nature, le procédé ou le motif de la vente ou de la prestation de services ;

f) L'identité, les qualités, les aptitudes et les droits du professionnel ;

g) Le traitement des réclamations et les droits du consommateur

3° Lorsque la personne pour le compte de laquelle elle est mise en œuvre n'est pas clairement identifiable.

Enfin, il est admis que le non-respect par un concurrent des règles du droit de la consommation crée une distorsion dans le jeu de la concurrence constitutive, en soi, d'un acte de concurrence déloyale par désorganisation du marché de nature à ouvrir un droit à réparation sur le fondement de la responsabilité délictuelle, ce dont il résulte qu'un opérateur économique est fondé à se prévaloir de pratiques commerciales réalisées en méconnaissance de la réglementation prescrite par le code de la consommation, dès lors qu'elles lui ont causé un préjudice et qu'il rapporte la preuve de faits distincts de la contrefaçon de marques déjà établie.

Mais l'UFC-QUE CHOISIR et la SAS QUE CHOISIR ne se prévalent pas de faits distincts de la contrefaçon pour la première et de la concurrence déloyale pour la seconde, tandis qu'elles n'établissent pas que la SARL X aurait fourni aux internautes des informations mensongères sur les services qu'elle propose, de sorte que la demande fondée sur les pratiques commerciales trompeuses sera rejetée.

Sur les demandes reconventionnelles de la SARL X

La SARL X soutient que l'UFC-QUE CHOISIR et la SAS QUE CHOISIR ont commis des pratiques commerciales trompeuses et des actes de concurrence déloyale à son détriment. A cet égard, elle soutient que l'intégralité de la promotion de l'offre «Energie moins chère ensemble» est faite au seul nom de l'association de défense des consommateurs UFC-QUE

CHOISIR, alors qu'il s'agit en réalité d'une offre commerciale présentée par la SAS QUE CHOISIR, ce qui induit en erreur le consommateur, l'inscription aux offres n'étant pas gratuite en dépit de ce qui est proposé. La SARL X fait valoir qu'ainsi, l'UFC-QUE CHOISIR et la SAS QUE CHOISIR chercheraient de manière déloyale à détourner sa clientèle.

L'UFC-QUE CHOISIR et la SAS QUE CHOISIR objectent qu'elles n'ont commis aucune pratique trompeuse, le financement de leurs actions étant transparent et assuré par les seuls consommateurs sans bénéfice ni avantage pour elles, celles-ci ne touchant aucune rétro-commission des fournisseurs d'énergie ni bénéfice de l'activité.

Sur ce :

La SARL X ne rapporte pas la preuve que l'UFC-QUE CHOISIR et la SAS QUE CHOISIR auraient été les auteurs de pratiques commerciales trompeuses de nature à lui causer un préjudice ou à détourner sa clientèle, étant rappelé, au contraire, que seule la SARL X a faussé le jeu normal de la concurrence en cherchant à accréditer dans l'esprit du consommateur l'existence d'un partenariat avec les demanderesses.

Par conséquent, les demandes reconventionnelles de la SARL X seront rejetées.

Sur la publication judiciaire :

Il convient de faire droit à la demande de l'UFC-QUE CHOISIR et de la SAS QUE CHOISIR et d'ordonner la publication du dispositif du présent jugement, dans les conditions déterminées ci-après.

Sur les demandes accessoires :

Partie succombante, la SARL X sera condamnée aux dépens.

L'équité commande d'allouer à l'UFC-QUE CHOISIR et la SAS QUE CHOISIR 15.000 euros en application de l'article 700 du code de procédure civile.

L'exécution provisoire, nécessaire et compatible avec la nature de l'affaire, sera ordonnée, sauf en ce qui concerne la mesure de publication qui présente un caractère irréversible.

PAR CES MOTIFS

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

Déclare valable la marque verbale française « QUE CHOISIR » n°3439261,

Déboute l'UFC-QUE CHOISIR de sa demande tendant à voir déclarer notoires les marques verbales non déposées « UFC-Que choisir » et « Union Fédérale des Consommateurs »,

Dit que la marque verbale française « QUE CHOISIR » n°3439261 présente le caractère de marque renommée,

Déclare recevable l'UFC-QUE CHOISIR en ses demandes formées au titre de la contrefaçon des marques françaises n°3439260 et 3439261 et de l'atteinte à la marque renommée n°3439261,

Déclare irrecevable la SAS QUE CHOISIR en ses demandes formées au titre de la contrefaçon et de l'atteinte à marque renommée,

Dit qu'en reproduisant sur son site internet les marques françaises n°3439260 et 3439261, la SARL X a commis des actes de contrefaçon de ces marques au préjudice de l'UFC-QUE CHOISIR,

Dit qu'en reproduisant sur son site internet la marque renommée n°3439261, la SARL X a également porté atteinte à cette marque, au préjudice de l'UFC-QUE CHOISIR

Condamne la SARL X à payer à l'UFC-QUE CHOISIR 25.000 euros à titre de dommages-intérêts en réparation des actes de contrefaçon des marques françaises n°3439260 et 3439261,

Ordonne à la SARL X de cesser l'utilisation, sous quelque support que ce soit, de tout signe reproduisant tout ou partie des marques françaises n°3439260 et 3439261, sous astreinte de 1.000 euros par jour de retard, laquelle commencera à courir à l'expiration d'un délai de quinze jours à compter de la signification du présent jugement, et pour une durée de six mois,

Condamne la SARL X à payer à la SAS QUE CHOISIR 15.000 euros à titre de dommages-intérêts en réparation du préjudice subi du fait de la concurrence déloyale,

Ordonne la publication du dispositif du présent jugement sur la page d'accueil du site internet et de la page facebook de la SARL X, dans une taille de caractère qui ne soit pas inférieure à 12, l'intitulé devant apparaître en majuscules et en gras et l'ensemble du corps du texte encadré en rouge, sous astreinte de 1.000 euros par jour de retard, laquelle commencera à courir à l'expiration d'un délai de quinze jours à compter du jour où le jugement aura acquis force de chose jugée,

Condamne la SARL X à payer à l'UFC-QUE CHOISIR et la SAS QUE CHOISIR 15.000 euros en application de l'article 700 du code de procédure civile,

Déboute les parties du surplus de leurs demandes,

Condamne la SARL X aux dépens,

Ordonne l'exécution provisoire du jugement, sauf en ce qui concerne la mesure de publication.

Fait et jugé à Paris le 07 Novembre 2019

La Greffière La Présidente