

Grosses délivrées REPUBLIQUE FRANCAISE

aux parties le : AU NOM DU PEUPLE FRANCAIS

COUR D'APPEL DE PARIS

Pôle 5 - Chambre 2

ARRET DU 28 FEVRIER 2014

(n° 054, 11 pages)

Numéro d'inscription au répertoire général : **13/06838**.

Décision déferée à la Cour : Jugement du 14 Mars 2013 - Tribunal de Grande Instance de PARIS
3ème Chambre 4ème Section - RG n° 11/04484.

APPELANTS :

- SAS AMELIE GROUPE

prise en la personne de son Président,

ayant son siège social 26 rue de l'Eglise 75015 PARIS,

- Monsieur Thierry BURTIN

demeurant 41 rue du Mont Valérien 92500 RUEIL MALMAISON,

- SARL C.E.T. COMMUNICATION ET TELEVISION

prise en la personne de son gérant,

ayant son siège social 26 rue de l'Eglise 75015 PARIS,

représentés par la SELARL RECAMIER Avocats Associés en la personne de Maître Véronique de la
TAILLE, avocat au barreau de PARIS, toque : K0148,

assistés de Maître Carine PICCIO plaidant pour le Cabinet ASTON Avocats, avocat au barreau de
PARIS, toque : B0989.

INTIMÉ :

**Etablissement public national Caisse Nationale d'Assurance Maladie des Travailleurs Salariés
'CNAMTS'**

pris en la personne de son Directeur général,

ayant son siège social 50 avenue du Professeur André Lemierre 75986 PARIS CEDEX 20,

représenté par Maître Alain HAZAN, avocat au barreau de PARIS, toque : P0539.

COMPOSITION DE LA COUR :

L'affaire a été débattue le 16 janvier 2014, en audience publique, devant la Cour composée de :

Madame Marie-Christine AIMAR, présidente,

Madame Sylvie NEROT, conseillère,

Madame Véronique RENARD, conseillère,

qui en ont délibéré.

Greffier lors des débats : Monsieur Truc Lam NGUYEN.

ARRET :

Contradictoire,

- prononcé publiquement par mise à disposition de l'arrêt au greffe de la Cour, les parties en ayant été préalablement avisées dans les conditions prévues au deuxième alinéa de l'article 450 du Code de procédure civile.

- signé par Madame Marie-Christine AIMAR, présidente, et par Monsieur Truc Lam NGUYEN, greffier présent lors du prononcé.

Monsieur Thierry BURTIN qui se prévaut de la réservation du nom de domaine 'amelie.com' depuis le 29 juin 1998 est titulaire des marques suivantes :

- 'Les Conseils d'Amelie', marque semi-figurative française n° 3 332 436 enregistrée le 30 décembre 2004 en classes 3, 35 et 41,

- 'Les Conseils d'Amelie' marque semi-figurative française n° 3 608 510 enregistrée le 30 octobre 2008 pour désigner les produits et services en classes 3, 35, 38 et 41,

- 'Amelie', marque verbale française n° 3 398 427 enregistrée le 19 décembre 2005 en classes 3, 35 et 41,

- 'Amelie', marque verbale française n° 3 499 457 enregistrée le 10 mai 2007 en classes 3, 35, 38 et 41,

- 'Amelie TV', marque verbale française n° 3 471 148 enregistrée le 20 décembre 2006 en classes 35, 38 et 41,

- 'Amelie', marque verbale internationale (Benelux, Allemagne, Espagne), n° 951 340 enregistrée le 28 février 2008 en classes 16, 20, 35, 38 et 41 ,

Il a conclu le 21 décembre 2005, en présence de son épouse Madame Palme BURTIN, un contrat de licence 'de la marque' avec la société HEALTH CARE AND BEAUTY devenue AMELIE GROUPE, qui a pour activité la création et la réalisation d'émission et de chroniques radiophoniques et audiovisuelles, et qui est elle-même titulaire de la marque 'Le shopping d'Amelie', marque française semi-figurative n° 3 223 708 enregistrée le 5 mai 2003 en classes 3, 9 et 35, étant précisé que l'extrait de la base de l'INPI versé aux débats en pièce n° 28, qui est incomplet, ne permet pas de déterminer ni le titulaire ni la date de dépôt de la marque semi-figurative française n° 3 309 104 'Les Bons Plans d'Amelie' dont Monsieur BURTIN se prévaut également.

Monsieur BURTIN expose qu'il a créé et développé à la fin des années 1990, un concept 'infomercial' radio appelé 'Les conseils d'Amelie' (technique de marketing permettant de présenter les aspects positifs d'une marque, d'un produit ou d'un service consistant en des chroniques sous forme d'interviews d'abord radio puis adapté à l'internet, à la presse écrite et à la télévision à compter de 2007) animé par un personnage dénommé 'Amélie'.

Le 12 février 2010, la société CET COMMUNICATION ET TÉLÉVISION, dont l'activité est de gérer des espaces publicitaires, la réalisation d'émissions de télévision et à qui ont été cédés les droits d'adaptation audiovisuelle du concept 'Amelie' avec licence de marque afférente, s'est vue refuser par l'AFSSAPS la délivrance d'un visa pour la diffusion d'une chronique commandée par le laboratoire NEGMA au motif notamment que 'l'utilisation du prénom Amélie peut entraîner une confusion dans l'esprit du public avec le site internet www.ameli.fr de la CNAMTS.

La Caisse Nationale d'Assurance Maladie des Travailleurs Salariés, ci-après la CNAMTS, a, dans le cadre de ses missions de service public et afin, notamment, de simplifier et dématérialiser les démarches des assurés et, plus généralement, de permettre à un large public d'accéder à des informations, ouvert un portail 'AMELI' en 2002, et réservé le nom de domaine ameli.fr le 22 août 2002, en introduisant, à compter de 2009, comme interface intelligente le personnage virtuel 'Amélie' susceptible de dialoguer avec l'assuré et de répondre à 180 questions.

Elle est par ailleurs titulaire des marques suivantes :

- 'Ameli - l'Assurance Maladie En Ligne', marque verbale française, n° 02 3 180 818 déposée le 27 août 2002 pour désigner les produits et services en classes 16, 35, 36, 38, 39, 41, 42 et 44,

- 'Ameli Santé', marque verbale française, n° 09 3 688 571 déposée le 3 novembre 2009 pour désigner les produits et services en classes 16, 35, 36, 38, 39, 41, 42 et 44,

- 'Ameli Direct', marque verbale française, n° 09 3 688 501 déposée le 3 novembre 2009 pour désigner les produits et services en classes 16, 35, 36, 38, 39, 41, 42 et 44,

Estimant que la CNAMTS portait atteinte à leurs droits, Monsieur BURTIN et les sociétés AMÉLIE GROUPE et CET COMMUNICATION ET TÉLÉVISION ont mis en demeure cette dernière, le 9 avril 2010, de cesser toute exploitation du nom 'Amélie' et de l'expression 'Les Conseils d'Amélie' en modifiant sa communication avant de l'assigner devant le Tribunal de Grande Instance de PARIS, selon acte du 15 mars 2011, en réparation des préjudices, moral et patrimonial, qu'ils estiment avoir subis et aux fins de voir ordonner diverses mesures d'interdiction.

Par jugement rendu le 14 mars 2013, le Tribunal de Grande Instance de Paris a, avec exécution provisoire sauf ce qui concerne l'annulation prononcée :

- dit n'y avoir lieu au rejet des pièces 25 à 28 de la défenderesse,

- prononcé la nullité de la marque verbale 'Amelie' n° 3 499 457 enregistrée le 10 mai 2007 avec communication à l'INPI une fois la décision devenue définitive,

- débouté Thierry BURTIN et les sociétés AMELIE et GROUPE CET COMMUNICATION ET TELEVISION de l'ensemble de leurs demandes à l'encontre de la CNAMTS au titre de la contrefaçon et du parasitisme,

- débouté la CNAMTS de ses demandes en déchéance pour déceptivité des six marques françaises précitées,

- dit que l'exploitation faite les sociétés AMELIE et GROUPE CET COMMUNICATION ET TELEVISION du prénom Amélie pour des chroniques dans le domaine de la santé constitue une exploitation trompeuse sur l'origine du conseil,

- condamné in solidum les sociétés AMELIE et GROUPE CET COMMUNICATION ET TELEVISION à verser à la CNAMTS la somme de 20.000 euros en réparation de son préjudice d'image et leur a fait interdiction d'utiliser le prénom 'Amélie' pour des produits ou services en rapport direct avec la santé (produits de santé, dispositifs médicaux, assurance), ce sous astreinte dont il s'est réservé la liquidation,

- débouté la CNAMTS de sa demande au titre des pratiques commerciales trompeuses à l'encontre de Monsieur Thierry BURTIN ainsi qu'en ses demandes de publication et au titre du parasitisme,

- condamné in solidum Thierry BURTIN et les sociétés AMELIE et GROUPE CET COMMUNICATION ET TELEVISION à verser à la CNAMTS la somme de 8.000 euros au titre de l'article 700 du code de procédure civile et à supporter les dépens.

Par dernières conclusions signifiées le 30 décembre 2013, auxquelles il est expressément renvoyé, Monsieur Thierry BURTIN, la société par actions simplifiée Amelie Groupe et la société C.E.T.

Communication et Télévision, appelantes, demandent à la cour, au visa des articles L.711-1, L. 713-1, L.711-4 a) et c) du Code de la propriété intellectuelle, ainsi que 1382 et 1383 du Code civil, et en ces termes, de :

- les recevables et bien fondés en toutes leurs demandes,
 - confirmer le rejet des demandes formées par la CNAMTS :
 - de nullité des marques AMELIE n°3398427 et n°3499457 déposées les 19 décembre 2005 et 10 mai 2007, LES CONSEILS D'AMELIE n°3332436 déposée le 30 décembre 2004, LES CONSEILS D'AMELIE n°3608510, déposée le 30 octobre 2008, AMELIE TV n°3471148, déposée le 20 décembre 2006, LE SHOPPING D'AMELIE n°3223708, déposée le 5 mai 2003, LES BONS PLANS D'AMELIE n°3309104, déposée le 19 août 2004,
 - au titre des pratiques commerciales trompeuses et du parasitisme,
 - de publication judiciaire,
 - infirmer le jugement pour le surplus,
- en conséquence,
- débouter la CNAMTS de son appel incident et de toutes ses demandes,
 - dire et juger que la CNAMTS a commis des actes de parasitisme au préjudice des sociétés AMELIE GROUPE et CET COMMUNICATION ET TELEVISION,
 - condamner la CNAMTS à verser aux sociétés AMELIE GROUPE et COMMUNICATION ET TELEVISION la somme de 300.000 euros à titre d'indemnisation du parasitisme et de l'atteinte à l'image de marque qui en découle,
 - condamner la CNAMTS à verser à la société AMELIE GROUPE la somme de 244.000 euros à titre d'indemnisation du manque à gagner,
 - condamner la CNAMTS à verser aux sociétés AMELIE GROUPE et COMMUNICATION ET TELEVISION la somme de 100.000 euros, à titre d'indemnisation pour la perte de chance de développer leurs activités sur le secteur des produits de santé et assimilés,
 - faire interdiction à la CNAMTS d'utiliser le nom AMELI , avec ou sans l'adjonction d'un E, pour désigner une conseillère virtuelle, dans un délai 15 jours à compter de la signification à intervenir, sous astreinte de 10.000 euros par jour de retard,
 - faire interdiction à la CNAMTS, dans un délai de 8 jours à compter de la signification du jugement à intervenir et sous astreinte de 10.000 euros par jour et par infraction constatée, de poursuivre l'exploitation de la charte graphique des Chroniques d'Amélie (police de caractère et codes couleurs) et notamment :
 - ordonner la cessation de l'exploitation d'une conseillère virtuelle Amélie sous la forme actuelle,
 - interdire l'exploitation combinée de la couleur fuchsia et de sa police de caractère pour reproduire le prénom AMELIE,
 - ordonner à la CNAMTS la publication du jugement (*sic*) à intervenir en page d'accueil de son site internet www.ameli.fr, dans un délai de 8 jours à compter de la signification, sous astreinte de 5.000 euros par jour de retard, au centre de la page d'accueil, dans un encart bordé de noir, en caractères gras et noirs sur fond blanc, dans une police de caractères qui ne saurait être inférieure à 0,80 centimètres, dans des termes définis dans ses écritures,
 - ordonner à la CNAMTS la publication du jugement à intervenir(*sic*), dans les termes et conditions

visés, ci-dessus, dans un délai de 8 jours à compter de sa signification dans LE FIGARO, STRATEGIE et PHARMACIEN MANAGER, sous astreinte de 5. 000 euros par jour de retard,

- ordonner à la CNAMTS la consignation entre les mains de Monsieur le Bâtonnier de l'Ordre des Avocats de Paris la somme de 25.000 euros, augmentée de la TVA au taux en vigueur, sous astreinte de 30.000 euros par jour de retard à compter du 8ème jour suivant la signification de la décision à intervenir, afin de leur permettre de procéder à cette publication,

- les autoriser à prélever les sommes nécessaires à cette publication,

- condamner la CNAMTS à leur verser la somme de 20.000 euros en application de l'article 700 du Code de Procédure Civile, avec intérêts au taux légal à compter de l'assignation, outre le remboursement du coût d'établissement du procès-verbal de constat,

- condamner la CNAMTS en tous les dépens.

Par dernières conclusions signifiées par voie électronique le 7 janvier 2014, auxquelles il est également expressément renvoyé, l'Etablissement Public National La Caisse Nationale d'Assurance Maladie des Travailleurs Salariés (CNAMTS) demande à la cour de :

- confirmer le jugement rendu le 14 mars 2013 en ce qu'il a :

- débouté Monsieur Thierry BURTIN et les sociétés AMELIE GROUPE et C.E.T. COMMUNICATION ET TELEVISION de l'intégralité de leurs demandes,

- prononcé la nullité de l'enregistrement de la marque AMELIE n° 3 499 457, enregistrée le 10 mai 2007 et déposée par Monsieur Thierry BURTIN pour toutes ses classes et dit que la partie la plus diligente communiquera le cas échéant à l'INPI la décision devenue définitive,

- dit que l'exploitation faite par les sociétés AMELIE GROUPE et C.E.T. COMMUNICATION ET TELEVISION du prénom 'Amélie' pour des chroniques dans le domaine de la santé constitue une exploitation trompeuse sur l'origine du conseil,

- condamné in solidum les sociétés AMELIE GROUPE et C.E.T. COMMUNICATION ET TELEVISION à lui verser la somme de 20.000 euros en réparation de son préjudice d'image,

y ajoutant :

- condamner in solidum les sociétés AMELIE GROUPE et C.E.T. COMMUNICATION ET TELEVISION à lui verser la somme de 60.000euros en réparation de son préjudice,

- confirmer le jugement en ce qu'il leur a fait interdiction d'utiliser le prénom 'Amélie' pour promouvoir des produits ou services en rapport direct avec la santé (produits de santé, dispositifs médicaux, assurance), sous astreinte de 10.000 euros par infraction constatée,

- infirmer le jugement en ce qu'il l'a déboutée de ses demandes en déchéance pour déceptivité des marques françaises de Monsieur BURTIN et de la société AMELIE GROUPE,

- constater que les marques suivantes sont devenues déceptives dans les conditions de l'article L. 714-6, b) du Code de la Propriété Intellectuelle :

- LES CONSEILS D'AMELIE , marque nominative française enregistrée le 30 décembre 2004 sous le numéro 3 332 436 pour les classes 03, 35 et 41,

- AMELIE, marque nominative française enregistrée le 19 décembre 2005 sous le numéro 3 398 427 pour les classes 3, 35 et 41,

- AMELIE TV, marque semi-figurative française enregistrée le 20 décembre 2006 sous le numéro 3471148 pour les classes 35, 38 et 41,

- LES CONSEILS D'AMELIE , marque semi-figurative française enregistrée le 30 octobre 2008 sous le numéro 3608510 pour les classes 09, 16, 35, 38 et 41, et à titre subsidiaire, la marque AMELIE , marque nominative française enregistrée le 10 mai 2007 sous le numéro 3 499 457 pour les classes 16, 35, 38 et 41,
- LE SHOPPING D'AMELIE , marque semi-figurative enregistrée le 5 mai 2003 sous le numéro 3 223 708 pour les classes 3, 9 et 35,
- LES BONS PLANS D'AMELIE, marque semi-figurative enregistrée le 19 août 2004 sous le numéro 3 309 104 pour les classes 3, 35 et 41,
- ordonner en conséquence la déchéance de ces marques,
- ordonner l'inscription de l'arrêt à intervenir au Registre National des Marques,
- ordonner la publication d'un communiqué judiciaire sur la page d'accueil du site Internet www.amelie.com, dans un délai de 8 jours à compter de la signification de l'arrêt à intervenir, sous astreinte de 5.000 euros par jour de retard, en caractères gras et noirs sur fond blanc, dans une police de caractères qui ne saurait être inférieure à 0,80 centimètre, dans des termes définis dans ses écritures,
- dire et juger que ce communiqué sera maintenu en permanence et en continu sur la page d'accueil du site pendant 1 mois,
- ordonner la publication de l'arrêt à intervenir, dans un délai de 8 jours à compter de la signification de l'arrêt, dans LE FIGARO, LE MONDE, STRATEGIES et PHARMACIEN MANAGER, aux frais in solidum de Monsieur BURTIN et des sociétés AMELIE GROUPE et C.E.T. COMMUNICATION ET TELEVISION, sans que le coût de chaque insertion soit supérieur à 12.000 euros,
- débouter Monsieur Thierry BURTIN et les sociétés AMELIE GROUPE, CET COMMUNICATION ET TELEVISION de l'intégralité de leurs demandes,
- condamner Monsieur Thierry BURTIN et les sociétés AMELIE GROUPE et CET COMMUNICATION ET TELEVISION in solidum à lui payer la somme de 15.000 euros au titre de l'article 700 du Code de Procédure Civile, ainsi qu'aux entiers dépens.

SUR CE,

Considérant qu'il convient au préalable de relever que Monsieur Thierry BURTIN, la société AMELIE GROUPE et la société C.E.T. COMMUNICATION ET TÉLÉVISION ne reprennent pas en cause d'appel leurs demandes fondées sur la contrefaçon des marques LES CONSEILS D'AMELIE n° 3332436 et AMELIE n° 3499457 (étant précisé que le Tribunal a statué au titre de la contrefaçon sur la marque AMELIE n° 3398427) ;

Qu'il n'y a donc pas lieu de statuer sur ce point ;

Sur la validité de la marque verbale 'Amelie' n° 3 499 457

Considérant que les appelants font griefs aux premiers juges d'avoir prononcé la nullité de la marque verbale 'Amelie' n° 3 499 457 enregistrée le 10 mai 2007 par Monsieur Thierry BURTIN en raison d'un risque de confusion avec la marque 'Ameli - l'Assurance Maladie En Ligne', marque verbale française, n° 02 3 180 818 déposé le 27 août 2002 par la CNAMTS pour désigner les produits et services des classes 16, 35, 38, 41, 42 et 44 ;

Qu'invoquant à la fois la notion 'd'usage sérieux' d'une marque et celle 'd'usage de la marque dans la vie des affaires', ils font valoir en premier que la CNAMTS n'exploite pas sérieusement la marque dont elle est titulaire pour en déduire qu'elle ne peut donc pas opposer ladite marque à celle déposée par Monsieur BURTIN le 10 mai 2007, et en second lieu que la société AMELIE GROUPE dispose d'une antériorité sur le signe AMELIE, argument dont ils ne tirent cependant aucune conséquence

sur la validité de la marque opposée ;

Que la CNAMTS réplique qu'elle exploite de façon sérieuse la marque AMELI et que la marque AMELIE n° 3499457 enregistrée le 10 mai 2007 porte atteinte à la marque 'Ameli - l'Assurance Maladie En Ligne' n° 02 3 180 818 qu'elle a déposée le 27 août 2002 et doit en conséquence être annulée en application des articles L 711-4 et L714-3 du Code de la Propriété Intellectuelle conformément à ce qu'ont décidé les premiers juges ;

Considérant ceci exposé, que la CNAMTS fait justement valoir que la notion d'usage dans la vie des affaires ne concerne pas la validité d'une marque mais détermine le type d'usage susceptible de constituer une atteinte aux droits conférés au titulaire de la marque ;

Que la CJCE a dit pour droit dans sa décision *Ansul/Ajax Brandbeveling* du 11 mars 2003 que 'la notion d'usage sérieux' au sens de l'article 12, paragraphe 1, de la directive doit s'entendre d'un usage qui n'est pas effectué à titre symbolique, aux seules fins du maintien des droits conférés par la marque. Il doit s'agir d'un usage effectif, conforme à la fonction essentielle de la marque, qui est de garantir au consommateur ou à l'utilisateur final l'identité d'origine d'un produit ou d'un service, en lui permettant de distinguer sans confusion possible ce produit ou ce service de ceux qui ont une autre provenance ;

Or, en l'espèce, la CNAMTS justifie par les nombreuses pièces qu'elle verse aux débats (extraits de ses sites internet, brochures, dépliants, magazines, affiches et publicités, lettres et annonces, campagnes média) de l'usage du signe AMELI qui compose la marque 'Ameli - l'Assurance Maladie En Ligne' n° 02 3 180 818 ;

Que cette marque peut donc être opposée aux appelants ;

Considérant par ailleurs que Monsieur Thierry BURTIN, la société AMELIE GROUPE et la société C.E.T. COMMUNICATION ET TÉLÉVISION opposent dans leurs dernières écritures, à titre de droits antérieurs à la marque considérée, le nom commercial 'Le Shopping d'Amélie' de la société AMELIE GROUPE immatriculée au Registre du Commerce et des Sociétés de PARIS le 8 août 2002 ;

Que toutefois, il n'est nullement démontré que ce nom commercial a été, dès 2002, connu du public sur l'ensemble du territoire national, le fait que la société HEALTH CARE & BEAUTY devenue par la suite AMELIE GROUPE, ait pris à bail sous sa dénomination sociale des locaux au début de l'année 2002 étant à cet égard sans incidence ;

Considérant que la marque seconde AMELIE n° 3499457 déposée le 10 mai 2007 par Monsieur Thierry BURTIN reprend le terme AMELI qui constitue l'élément distinctif de la marque première 'Ameli - l'Assurance Maladie En Ligne' n° 02 3 180 818 déposée le 27 août 2002 par la CNAMTS en y ajoutant la lettre muette 'E' qui n'en modifie ni la prononciation ni la perception qu'en aura le public ;

Qu'il en résulte que l'identité ou la similarité des produits et/ou services concernés alliée à la forte similitude entre les signes en cause pris dans leur ensemble entraîne un risque de confusion, le public concerné étant amené à attribuer aux produits et services proposés une origine commune ;

Qu'en application combinée des articles L 711-4 et L 714-3 du Code de la Propriété Intellectuelle la marque n° 3499457 doit donc être annulée et le jugement confirmé de ce chef, y compris en ce qu'il a ordonné la communication de la décision à l'INPI aux fins d'inscription au Registre National des Marques ;

Sur le parasitisme reproché à la CNAMTS

Considérant que les appelants indiquent, non sans une certaine contradiction, que la CNAMTS exploite la dénomination AMELIE dans le cadre d'une communication institutionnelle destinée à l'ensemble de ses assurés et que les 'Chroniques d'Amélie' bénéficiaient d'une grande notoriété au moment où la CNAMTS a lancé sa conseillère virtuelle éponyme, et reprochent à cette dernière

d'avoir commis des agissements parasitaires au préjudice des sociétés AMELIE GROUPE et CET COMMUNICATION ET TELEVISION ;

Que plus précisément, ils reprochent à la CNAMTS l'utilisation fautive de la dénomination AMELIE et du rôle de la conseillère éponyme, ainsi que du graphisme et des codes couleurs des Chroniques d'Amélie dans le but de détourner leur notoriété et de s'approprier leurs investissements tant intellectuels que financiers ;

Que toutefois, la CNAMTS a déposé le 27 août 2002 la marque verbale 'Ameli - l'Assurance Maladie En Ligne' n° 02 3 180 818 pour désigner les produits et services des classes 16, 35, 38, 41, 42 et 44 et a réservé le 22 août 2002 le nom de domaine ameli.fr et créé le portail AMELI ;

Qu'il ne peut donc lui être reproché d'avoir choisi en 2009 le prénom AMELIE, dont la proximité avec le nom de son site internet est évidente, pour personnifier un personnage virtuel de ce site, sur lequel les appelants ne peuvent revendiquer un quelconque monopole ;

Que ce personnage virtuel, qui n'exerce pas des fonctions de conseillère, a fortiori radiophonique, mais constitue plus un guide destiné à faciliter la navigation sur le site de la CNAMTS et à répondre aux questions des assurés, ne correspond d'ailleurs pas à l'image de la conseillère des 'Chroniques d'AMELIE' tant sont variables ces images, voire inexistantes lorsqu'il s'agit de chroniques radiophoniques, et différentes les représentations et les couleurs utilisées, le seul point commun entre les deux personnages étant qu'il s'agit d'une femme, jeune, aux cheveux courts ou mi-longs qui correspond au stéréotype des agents virtuels ;

Qu'il en résulte que les appelants, qui au demeurant ne peuvent s'approprier la notoriété des annonceurs des chroniques d'Amélie, ne démontrent pas les actes de parasitisme qu'ils reprochent à la CNAMTS et le jugement qui les a déboutés de leurs demandes formées au titre du parasitisme sera également confirmé, et ce sans qu'il soit besoin d'analyser les motifs de la décision de refus de visa de l'AFSSAPS rendue à leur rencontre ;

Sur les pratiques commerciales trompeuses et les actes de parasitisme reprochées à Monsieur BURTIN et aux sociétés AMELIE GROUPE et CET COMMUNICATION ET TELEVISION

Considérant que se fondant sur les dispositions de l'article L.121-1-1° du code de la consommation, la CNAMTS fait valoir que Monsieur BURTIN et les sociétés AMELIE GROUPE et CET COMMUNICATION ET TELEVISION ont délibérément entretenu une confusion entre le prénom Amélie et la marque 'AMELI' dont elle est titulaire ;

Qu'elle ajoute sur le parasitisme que les appelants ont proposé à leurs annonceurs du domaine de la santé un service autour du nom 'Amélie' en se mettant dans le sillage de son propre portail AMELI afin d'apporter un crédit à leurs produits ou services de santé ;

Que selon les appelants, la CNAMTS, titulaire de la marque 'Ameli - l'Assurance Maladie En Ligne' n° 02 3 180 818 déposée le 27 août 2002, d'une part n'a exploité le signe AMELIE qu'à compter de 2010 pour nommer la conseillère virtuelle de son portail internet, donnant ainsi un sens différent au signe AMELI qui constitue la contraction des termes 'Assurance Maladie En Ligne', alors qu'eux-mêmes étaient identifiés sous le signe AMELI depuis 7 ans, et d'autre part, opère sur un marché distinct ; qu'ils en déduisent qu'il ne peut leur être reproché ni d'avoir été animés d'une volonté de s'inscrire dans le sillage de la CNAMTS ni d'avoir créé une confusion trompeuse entre les signes ;

Mais considérant que les premiers juges ont justement relevé que lorsque les chroniques litigieuses concernent un produit ou un service en lien avec la santé, le consommateur fera un lien avec la CNAMTS et pensera qu'il s'agit d'un message émanant de l'assurance maladie ou en lien avec le site AMELI ;

Qu'il en résulte que l'utilisation du prénom 'Amélie' par les sociétés AMELIE GROUPE et CET COMMUNICATION ET TELEVISION pour assurer la promotion de produits de santé entretient une confusion avec le portail AMELI de la CNAMTS et que le jugement doit être également

confirmé en ce qu'il a retenu l'existence de pratiques commerciales trompeuses commises par les sociétés appelantes ;

Qu'il sera également confirmé en ce qu'il a rejeté la demande de la CNAMTS fondée sur le parasitisme dès lors qu'il a été dit que l'activité des sociétés appelantes est concomitante au dépôt de la marque 'Ameli - l'Assurance Maladie En Ligne' n° 02 3 180 818 et la mise en service du site de la CNAMTS et qu'en conséquence il n'est pas démontré que ces dernières aient cherché à se placer dans le sillage du portail AMELI afin de profiter de sa notoriété et/ou de ses investissements de la CNAMTS ;

Sur la déchéance pour déceptivité des marques LES CONSEILS D'AMELIE n°3 332 436, AMELIE n°3 398 427, AMELIE TV n° 3471148, LES CONSEILS D'AMELIE n° 3608510, AMELIE n° 3 499 457, LE SHOPPING D'AMELIE n° 3 223 708 et LES BONS PLANS D'AMELIE n°3 309 104

Considérant que selon l'article L.714-6 b) du Code de la Propriété Intellectuelle 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 ;

Que se fondant sur ces dispositions, la CNAMTS entend voir prononcer la déchéance des marques susvisées en faisant valoir que celles-ci sont utilisées pour désigner des activités de promotion en rapport direct avec la santé de nature à induire le consommateur en erreur sur l'identité du personnage AMELIE présent dans toutes ces marques (sic), par rapport à AMELI ;

Que toutefois, étant observé que l'intimée ne procède dans ses écritures à aucune distinction ni entre les marques en cause ni entre les produits et services visées aux dépôts et qu'il a été dit que la Cour n'est pas en mesure, de par la teneur des pièces versées aux débats, de déterminer le titulaire et la date de dépôt de la marque semi-figurative française n° 3 309 104 , que les marques dont la déchéance est sollicitée, ont été déposées pour désigner des produits et services sans rapport avec les produits de la santé ou de l'assurance ;

Qu'il n'est donc pas démontré comment lesdites marques auraient pu devenir déceptives dans les conditions de l'article L.714-6 b) du Code de la Propriété Intellectuelle ;

Que le jugement qui a débouté la CNAMTS de cette demande sera également confirmé de ce chef ;

Sur les mesures réparatrices

Considérant qu'il convient, afin de faire cesser les pratiques trompeuses ci-dessus caractérisées, de faire droit à la mesure d'interdiction sollicitée, dans les termes définis au dispositif du présent arrêt ;

Que le préjudice d'image subi par la CNAMTS est réparé par l'allocation de la somme de 20.000 euros, à la charge in solidum des sociétés AMELIE GROUPE et CET COMMUNICATION ET TELEVISION et le jugement sera également confirmé de ce chef ;

Qu'en revanche, et à titre de réparation supplémentaire, il sera fait droit à la demande de publication sur internet de la présente décision, dans les termes ci-après définis ;

Sur les autres demandes

Considérant que les sociétés AMELIE GROUPE et CET COMMUNICATION ET TELEVISION, parties perdantes, supporteront la charge des dépens ;

Qu'en outre, il serait inéquitable de laisser à la CNAMTS la totalité des frais irrépétibles et il convient de lui allouer la somme de 10.000 euros en application de l'article 700 du Code de procédure civile.

PAR CES MOTIFS :

Confirme le jugement rendu le 14 mars 2013 par le Tribunal de Grande Instance de PARIS en toutes

ses dispositions.

Y ajoutant,

Ordonne la publication d'un communiqué sur la page d'accueil du site internet www.amelie.com, dans un délai de 15 jours à compter de la signification du présent arrêt, sous astreinte de 1.500 euros par jour de retard, en caractères gras et noirs sur fond blanc, dans une police de caractères qui ne saurait être inférieure à 0,80 centimètre, dans des termes suivants :

'Par arrêt du 28 février 2014, la Cour d'Appel de Paris (Chambre 2-Pôle 5), confirmant un jugement du Tribunal de Grande Instance de Paris a débouté Monsieur Burtin et les sociétés AMELIE GROUPE et C.E.T. COMMUNICATION ET TELEVISION et les a condamnés pour contrefaçon de la marque 'Ameli - l'Assurance Maladie En Ligne' n° 02 3 180 818 de la Caisse Nationale d'Assurance Maladie des Travailleurs Salariés ainsi que pour pratiques commerciales trompeuses par la diffusion de leurs chroniques 'Les conseils d'Amélie'.

Dit que ce communiqué sera maintenu en permanence et en continu sur la page d'accueil du site pendant 1 mois,

Condamne in solidum des sociétés AMELIE GROUPE et C.E.T. COMMUNICATION ET TELEVISION à payer à la Caisse Nationale d'Assurance Maladie des Travailleurs Salariés (CNAMTS) la somme de 10.000 euros au titre de l'article 700 du Code de Procédure Civile.

Rejette toutes autres demandes plus amples ou contraires.

Condamne in solidum des sociétés AMELIE GROUPE et C.E.T. COMMUNICATION ET TELEVISION aux entiers dépens.

Le greffier, Le Président,