

REPUBLIQUE FRANCAISE
AU NOM DU PEUPLE FRANCAIS

COUR D'APPEL DE PARIS
Pôle 1 – Chambre 3
ARRÊT DU 11 SEPTEMBRE 2019

Numéro d'inscription au répertoire général : N° RG 19/05645 – N° Portalis 35L7-V-B7D-B7QRL

Décision déferée à la Cour : Ordonnance du 01 Mars 2019 -Tribunal de Commerce de PARIS – RG n° 2019002863

APPELANTE ET INTIMÉE A TITRE INCIDENT

Société FACTO COMMUNICATION, prise en la personne de son représentant légal, domicilié en cette qualité audit siège

[...]

[...]

N° SIRET : 343 477 972

Représentée par Me Patricia HARDOUIN de la SELARL SELARL 2H Avocats à la cour, avocat au barreau de PARIS, toque : L0056

Assistée par Me Laurent LEVY, avocat au barreau de PARIS, toque : B485

INTIMÉE ET APPELANTE A TITRE INCIDENT

Société MEDIASCOP, prise en la personne de son représentant légal Madame Z Y

[...]

[...]

N° SIRET : 533 844 684

Représentée et assistée par Me David MARAIS de la SELEURL SELARL DAVID MARAIS, avocat au barreau de PARIS, toque : C0349

COMPOSITION DE LA COUR :

L'affaire a été débattue le 24 Juin 2019, en audience publique, devant la Cour composée de :

Mme Martine ROY-ZENATI, Première Présidente de chambre

Mme Christina DIAS DA SILVA, Conseillère

Mme Sophie GRALL, Conseillère

Qui ont en délibéré,

Greffier, lors des débats : Mme Anaïs SCHOEPFER

ARRÊT :

— CONTRADICTOIRE

— 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 Mme Christina DIAS DA SILVA, Conseillère, pour la Présidente empêchée et par Anaïs SCHOEPFER, Greffière.

La société Facto Communication est une agence de communication qui exerce depuis trente ans son activité sous le nom commercial 'Mediascope'.

L'agence de communication Mediascop, spécialisée dans la communication politique et sociale exploite la marque 'Mediascop' depuis 2011. Elle s'est faite connaître récemment à travers un événement concernant les comptes de campagne de M. B-C X pour l'élection présidentielle.

Considérant que la confusion de dénomination sociale entre les deux sociétés exerçant des activités identiques porterait atteinte à sa réputation, la société Facto Communication a assigné la société Mediascop devant le juge des référés par exploit du 29 janvier 2019.

Par ordonnance réputée contradictoire du 1er mars 2019, le juge des référés du tribunal de commerce de Paris a :

— dit qu'il n'y avait lieu à référé ni à application des dispositions de l'article 700 du code de procédure civile ;

— condamné en outre la société Mediascop aux dépens de l'instance, dont ceux à recouvrer par le greffe liquidés à la somme de 44,07 euros TTC dont 7,13 euros de TVA.

Suivant déclaration du 13 mars 2019, la société Facto Communication a interjeté appel de cette ordonnance, intimant la société Mediascop.

Par ses dernières conclusions transmises le 14 juin 2019, l'appelante demande à la cour de :

— infirmer l'ordonnance du 1er mars 2019 ;

statuant à nouveau,

— dire que la société Mediascop a commis des actes de concurrence déloyale au préjudice de la société Facto Communication dont le nom commercial est 'Mediascope' depuis plus de 30 ans et qui exerce la même activité qu'elle à savoir agence de communication ;

— constater l'existence d'un trouble manifestement illicite ;

en conséquence,

— interdire à la société Mediascop d'utiliser le nom 'Mediascop' et tout nom similaire, sur tous supports et moyens de communication, sous astreinte de 1.000 euros par infraction constatée à compter du huitième jour suivant la signification de l'arrêt à intervenir et ce notamment en tant que nom de domaine ou sur les réseaux sociaux ;

— ordonner à la société Mediascop de procéder aux formalités de changement de sa dénomination sociale Mediascop et de radiation et de cesser d'utiliser le nom de domaine et ce dans un délai de 8 jours à compter de la signification de l'arrêt à intervenir sous astreinte de 500 euros par jour de retard ;

— condamner la société Mediascop à verser à la société Facto Communication à titre de provision la somme de 50.000 euros ;

en tout état de cause,

— débouter la société Mediascop de toutes ses demandes ;

— condamner la société Mediascop à lui verser la somme de 7.000 euros en application de l'article 700 du code de procédure civile ainsi qu'aux dépens dont distraction pour ceux la concernant au profit de Me Hardouin – SELARL 2H avocats conformément aux dispositions de l'article 699 du code de procédure civile.

Elle fait valoir que :

— la reprise de la dénomination sociale d'un concurrent constitue un trouble manifestement illicite (Com, 16 avril 2013, n° 12-17164) ;

— la confusion est avérée entre l'appelante et l'intimée : les moteurs de recherche font apparaître Mediascop en première position à partir du mot clé 'Mediascope' (pièces n° 29, 25, 30) ;

— les deux sociétés exercent la même activité d'agence de communication, de sorte qu'elles sont bien concurrentes sur le même marché ;

— la jurisprudence n'exige pas que le risque de confusion résulte d'agissements intentionnels ou fautifs ni la démonstration de l'existence effective d'une perte de clients;

— la confusion est telle que les médias ne distinguent pas les deux sociétés ;

— le préjudice économique est constitué par la perte de chiffre d'affaire résultant des résiliations de marchés par des partenaires économiques (pièce n° 25).

Par ses conclusions d'intimée et d'appel incident transmises le 4 juin 2019, la société Mediascop demande à la cour de :

— confirmer l'ordonnance du 1er mars 2019 sauf concernant les dépens ;

— débouter la société Facto Communication de toutes ses demandes ;

et y ajoutant

— condamner la société Facto Communication à verser la somme de 15.000 euros pour procédure abusive à la société Mediascop, aux entiers dépens et à verser la somme de 5.000 euros au titre de l'article 700 du code de procédure civile.

Elle fait valoir que :

— un acte de concurrence déloyale peut constituer un trouble manifestement illicite dès lors qu'une confusion est démontrée (Com, 30 juin 1998, n° 96-19.401) , de même qu'une faute, un préjudice et un lien de causalité (Civ 1re, 18 janvier 2005, n° 03-15.911) ;

— le fait de posséder le même nom qu'un concurrent intervenant sur le même marché n'est pas en soi fautif dès lors qu'il n'était constaté aucun « acte fautif » (Cass. com. 29 janv. 2013 n° 11-21.011) ;

— l'acte de concurrence déloyale est caractérisé si les deux entreprises sont concurrentes sur le même marché, or, la société Mediascop a dirigé la communication de M. X lors de sa campagne, service sans rapport avec l'activité de la société Facto Communication qui exerce dans le domaine du spectacle vivant ;

— Mediascop n'a commis aucun acte de concurrence déloyale volontaire ou par abstention fautive : la dénomination 'Mediascope' avec un 'e' est utilisée par 12 sociétés depuis l'immatriculation de l'intimée (pièce n° 11) ;

— il n'existe aucun risque de confusion car les recherches Google, Infogreffe et Societes.com par le mot clé 'Mediascope' ne dirigent aucunement l'internaute vers le site de Mediascop ; la clientèle de la société Facto Communication n'a aucunement été détournée car la société Mediascop n'entend conseiller que des hommes et femmes politiques dans leur communication ;

— le préjudice n'est pas démontré et la société Mediascop est tout autant la victime d'une campagne médiatique effectuée en violation de la présomption d'innocence de Mme Y.

En application des dispositions de l'article 455 du code de procédure civile, la cour renvoie aux écritures des parties pour un plus ample exposé des prétentions et des moyens respectifs.

MOTIFS DE LA DÉCISION

L'article 873 alinéa 1er du code de procédure civile dispose que le président du tribunal de commerce peut, dans les limites de la compétence du tribunal, et même en présence d'une contestation sérieuse, prescrire en référé les mesures conservatoires ou de remise en état qui s'imposent, soit pour prévenir un dommage imminent, soit pour faire cesser un trouble manifestement illicite.

La concurrence déloyale doit être appréciée au regard du principe de la liberté du commerce qui implique qu'un signe qui ne fait pas l'objet de droits privatifs puisse être librement reproduit sous certaines conditions tenant à l'absence de faute par la création d'un risque de confusion dans l'esprit de la clientèle, circonstance attentatoire à l'exercice paisible et loyal du commerce.

Le nom commercial, élément incorporel du fonds de commerce, est le nom sous lequel l'entreprise est connue du public. Il permet d'identifier la société et de la différencier de ses concurrents.

Le fait de créer volontairement ou par imprudence ou négligence une confusion ou un risque de confusion avec l'entreprise d'un concurrent ou avec ses produits ou services constitue un acte de concurrence déloyale.

La société Facto Communication, dont le nom commercial est Mediascope, est inscrite au registre du commerce depuis le 26 janvier 1988 et a pour activité la production, l'enregistrement, l'édition d'oeuvres musicales lyriques théâtrales, littéraires, la production de programmes télévisuels, la création et l'exploitation de services télématiques, l'édition de livres et la diffusion de journaux; Elle est également inscrite comme agence de communication, services aux entreprises, édition de site internet, avis de consommateurs, production de contenus y compris numériques.

Elle a déposé la marque verbale 'MEDIASCOPE l'actu politique et média' le 30 juin 2004 dans les classes de produits ou services 16 et 41, relatives aux journaux, éditions de livres revues et toutes publications dont publication électronique de livres et de périodiques en ligne, et à la microédition. Elle a également déposé le 2 janvier 2014 la marque semi-figurative 'Le Médiascope' dans les classes 16, 41 mais également 35 et 38 relatives aux services de publicité et mercatiques.

Elle exploite un site internet, accessible depuis le nom de domaine www.lemediascope.fr et www.lemediascope.com, sur lequel elle publie du contenu éditorial et propose ses services au public.

Il résulte des pièces versées aux débats qu'elle édite un site web collectant des contenus sur de nombreux sujets, allant de l'actualité politique à l'actualité sportive, à partir d'autres sites, pour les agréger, afin de faire du référencement d'entreprise, et également facture à des entreprises des conseils en communication.

La SAS Mediascop est enregistrée au registre des sociétés depuis le 2 août 2011 sous cette enseigne et dénomination sociale, pour exercer l'activité d'agence de communication, conseil, étude, et de réalisation de tous supports en communication.

Elle s'est spécialisée dans la communication politique, travaillant sur les élections locales ou nationales ou pour des causes sociales, politiques et environnementales, située sur la gauche de la sphère politique.

Il résulte des éléments versés aux débats que l'activité de communication de la société Mediascop s'exerce non pas dans le milieu entrepreneurial mais politique, c'est-à-dire sur un segment de chalandise qui n'est pas identique.

Pour autant, il est exact que la confusion est avérée entre les deux dénominations sociales puisque les articles de presse publiés en 2018 mettant en cause les comptes de campagne de M. B-C X font état de factures de l'agence de communication 'Mediascope' au lieu de 'Mediascop'.

Et la société Facto Communication produit les courriers de deux sociétés clientes qui, au cours des mois de janvier et février 2019, et en raison de cette confusion avec le 'scandale médiatico-politique et financier' des surfacturations développé dans les médias, lui ont annoncé renoncer à leurs commandes. Elle soutient que cette confusion porterait une grave atteinte à son image et à sa réputation à l'origine de pertes financières.

Toutefois la cour relève que, nonobstant le courrier adressé par la société Facto Communication à la société Mediascop le 25 juin 2014 lui demandant de cesser tout usage du signe Mediascop, ce n'est qu'à compter des articles de presse concernant les factures litigieuses relatives à la campagne présidentielle du candidat X assurée par la société Mediascop, que l'appelante est en mesure de produire des éléments susceptibles de démontrer l'existence d'une confusion préjudiciable avec son activité.

Il résulte de l'ensemble de ces éléments que si les deux sociétés exercent dans le domaine de la communication, leur sphère de clientèle diffère. D'ailleurs il n'est pas soutenu que la confusion dénoncée par la société appelante générerait un quelconque transfert de clientèle à son détriment.

En outre, il ressort en réalité des griefs adressés à la société Mediascop que Facto Communication subirait une désaffection de ses clients du fait de la mauvaise presse dont celle-ci a fait l'objet dès le mois d'octobre 2018.

Or ces faits ne sont pas constitutifs d'actes de concurrence déloyale, de sorte que la société Facto Communication ne peut soutenir subir un trouble manifestement illicite ou un dommage imminent sur ce fondement.

Il s'en déduit que l'ordonnance doit être confirmée qui a dit n'y avoir lieu à référé.

L'exercice d'une action en justice de même que la défense à une telle action constitue en principe un droit et ne dégénère en abus pouvant donner lieu à l'octroi de dommages-intérêts que lorsqu'est caractérisée une faute en lien de causalité directe avec un préjudice .

En l'espèce, un tel comportement de la part de l'appelante n'est pas caractérisé.

La demande de la société Mediascop est rejetée.

L'équité ne commande pas de faire application des dispositions de l'article 700 du code de procédure civile.

La société Facto Communication qui succombe supportera les dépens.

PAR CES MOTIFS

Confirme l'ordonnance entreprise,

Y ajoutant,

Rejette la demande de dommages -intérêts pour procédure abusive formée par la société Mediascop,

Dit n'y avoir lieu à application des dispositions de l'article 700 du code de procédure civile,

Condamne la société Facto Communication aux dépens.

La Greffière, Pour la Présidente empêchée