

**TRIBUNAL
DE GRANDE
INSTANCE
DE PARIS**



3ème chambre 4ème
section

N° RG :
14/06227

N° MINUTE :

6

**JUGEMENT
rendu le 10 septembre 2015**

DEMANDERESSE

**Association FRANÇAISE DU FESTIVAL INTERNATIONAL DU
FILM**

3 rue Amélie
75007 PARIS

agissant poursuites et diligences de son représentant légal, domicilié en
cette qualité audit siège,

représentée par Maître Gabrielle ODINOT de la SELARL ODINOT &
ASSOCIES, avocats au barreau de PARIS, vestiaire #L0271

DÉFENDERESSE

S.A.S.U. HOTEL 123 SEBASTOPOL

123 boulevard de Sébastopol
75002 PARIS

prise en la personne de son représentant légal domicilié ès qualités
audit siège,

représentée par Me Stéphane SAINTON, avocat au barreau de PARIS,
vestiaire #A0949

**Expéditions
exécutoires
délivrées le :**

17.09.2015

COMPOSITION DU TRIBUNAL

François THOMAS, Vice-Président
Laure ALDEBERT, Vice-Présidente
Laurence LEHMANN, Vice-Présidente

assistés de Sarah BOUCRIS, Greffier.

DÉBATS

A l'audience du 03 juin 2015 tenue en audience publique

JUGEMENT

Contradictoire
Prononcé publiquement, par mise à disposition au greffe, les parties en ayant été avisées dans les conditions prévues au deuxième alinéa de l'article 450 du code de procédure civile
En premier ressort

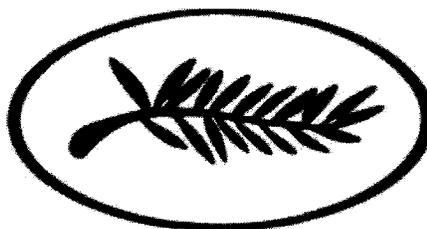
FAITS, PROCÉDURE ET PRÉTENTIONS DES PARTIES

L'association Française du Festival International du Film (ci-après AFFIF) est une association fondée en 1948, reconnue d'utilité publique, qui a pour objet l'organisation des festivals internationaux du cinéma parmi lesquels figure notamment le festival de Cannes.

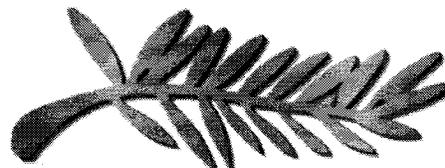
Le festival décerne la Palme d'or depuis 1955, au meilleur film de la sélection officielle.

L 'AFFIF est titulaire des marques suivantes :

- la marque française figurative représentant une palme, orientée horizontalement de gauche à droite, cerclée dans un ovale déposée le 19 mars 2010 et régulièrement renouvelée, n° 10 3 722 922 pour les produits et services visés dans les classes 3-9-12-14-16-18-21-22-25-28-33-34-35-38-39-40-41-42-43 et 44 :



- la marque française semi-figurative, Palme d'or constituée de la dénomination verbale associée à la représentation graphique d'une palme, déposée le 4 avril 2002 sous le n° 02 3 157 457 pour les produits et services visés dans les classes 3-9-12-14-16-18-21-22-25-28-34-35-38-39-41-42-43 et 45 :



PALME D'OR

La société Hôtel 123 Sébastopol est une société immatriculée au registre du commerce et des sociétés de Paris sous le n° 528 041 882 depuis le 3 novembre 2010 qui est propriétaire d'un hôtel situé à Paris, 123 boulevard Sébastopol, qu'elle exploite, en catégorie 4 étoiles, après avoir fait d'importants travaux de rénovation en 2011.

Les travaux ont notamment consisté à décorer l'hôtel sur le thème du cinéma et de l'univers des acteurs, en créant un hall d'accueil façon entrée de cinéma et des chambres dédiées à des artistes très connus, tels que Jean Paul Belmondo, Claude Lelouch, Danièle Thompson, le couple Jaoui/Bacri, meublées avec leur accord, dans leur style.

L'AFFIF indique avoir découvert en 2014 au travers de photos mises en ligne sur internet que l'hôtel avait reproduit sur le chemin de moquette des parties communes et sur les rideaux des chambres, la palme d'or du festival de Cannes, ce qu'elle a fait constater par huissier sur le site <http://www.astotel.com/hotel-123sebastopol-paris.php>, au moyen d'un constat établi le 26 mars 2014.

Selon autorisation du président du tribunal de grande instance de Paris, elle a fait pratiquer le 8 avril 2014 une saisie-contrefaçon dans les lieux.

Maître Samain, huissier de justice missionné par l'AFFIF, a constaté à cette date que des palmes d'or sur fond rouge étaient reproduites sur le tapis de moquette des parties communes, et sur les double rideaux dans la chambre au 6ème étage dite Belmondo.

C'est dans ces conditions que l'AFFIF a, par exploit en date du 28 avril 2014, assigné la société Hôtel 123 Sébastopol en contrefaçon de marque et parasitisme.

Par courrier du 11 juin 2014, la société Hôtel 123 Sébastopol a indiqué à titre conservatoire à l'AFFIF qu'elle avait pris toute mesure pour faire disparaître de son site et des sites habituels des réservation comme Tripadvisor, Booking, Expedia, les visuels des tapis et rideaux contestés.

Elle a également entrepris le changement du tapis de moquette du hall d'entrée de l'hôtel, ce qu'elle a fait constater par huissier le 13 avril 2015.

L'AFFIF conteste la suppression des visuels qui selon constat d'huissier du 23 mars 2015 sont encore accessibles sur les sites Tripadvisor et Booking.

Dans ses conclusions récapitulatives signifiées le 6 mai 2015, l'AFFIF demande au tribunal de :

- déclarer irrecevable et à tout le moins mal fondée la demande en déchéance des droits de l'AFFIF sur la marque n°10 3 722 922 pour les services de la classe 43,
- donner acte à la société 123 HOTEL SEBASTOPOL de ce qu'elle renonce à sa demande en déchéance des droits de l'AFFIF sur les marques n°103 722 922 et n°023 157 457 pour les services de « services de restauration (alimentation) ; services de bars, services de traiteur, crèches d'enfants, mise à disposition de terrains de camping, maisons de retraite pour personnes âgées, pensions pour animaux »,
- déclarer mal fondée la demande en déchéance des droits de l'AFFIF sur les marques n°10 3 722 922 et n°02 3 157 457 pour les services d'« hébergement temporaire, services hôteliers ; réservation de logements temporaires »,
- débouter la société HÔTEL 123 SEBASTOPOL de l'ensemble de ses demandes, fins et conclusions,
- dire que l'imitation et l'exploitation sans autorisation par la Société HÔTEL 123 SEBASTOPOL des marques nationales enregistrées notamment en classe 43 sous les numéros 10 3 722 922 et 02 3 157 457 dont l'AFFIF sur les agencements et équipements de l'hôtel qu'elle exploite 123 Bd de Sébastopol et en assurant sa promotion sur les sites Internet [http:// www.astotel.com](http://www.astotel.com) et <http://www.le123sebastopol.com> constitue une atteinte à leur renommée ainsi que des actes de contrefaçon,

En conséquence,

- faire interdiction à la société HÔTEL 123 SEBASTOPOL de reproduire, sous quelque forme que ce soit, l'élément graphique des marques françaises n° 10 3 722 922 et 02 3 157 457 dont l'AFFIF est titulaire, seul ou en combinaison avec d'autres mots ou signes et ordonner consécutivement le retrait de l'ensemble des palmes illicitement reproduites sur les agencements et équipements de l'Hôtel qu'elle exploite à Paris, 123 Boulevard de Sébastopol ainsi que sur sa page Facebook et les sites Internet accessibles aux adresses url : <http://www.le123sebastopol.com> et <http://www.astotel.com> qu'elle exploite,
- dire que cette interdiction sera assortie d'une astreinte de 5 000 Euros par jour de retard à compter de la signification de la décision à intervenir,
- condamner la société HÔTEL 123 SEBASTOPOL à payer à l'AFFIF la somme forfaitaire de 500.000 euros en réparation du préjudice subi résultant des atteintes ainsi portées aux marques revendiquées,
- condamner la société HÔTEL 123 SEBASTOPOL à payer à l'AFFIF la somme de 50 000 € en réparation du préjudice moral,
- condamner la société HÔTEL 123 SEBASTOPOL à payer à l'AFFIF la somme de 50 000 € en réparation du préjudice résultant des actes de parasitisme reprochés,
- ordonner la publication du jugement à intervenir aux frais de la société défenderesse et autoriser l'AFFIF à y procéder sur son site internet www.festival-vcannes.fr et dans les journaux ou périodiques au choix dans la limite d'un budget de 50 000 Euros hors taxes, toutes publications confondues,

- ordonner à la société HÔTEL 123 SEBASTOPOL de publier à ses frais, sous la mention « Publication Judiciaire » sans modification ni ajout, en police Arial de couleur noire de taille 12 sur fond blanc, tout en haut de la page d'accueil du site www.le123sebastopol.com, pendant une durée de 30 jours, le communiqué judiciaire suivant (permettant d'accéder par lien hypertexte à l'intégralité du jugement) sous astreinte de 2000 € par jour de retard et dans les 48 heures à compter de la signification du jugement à intervenir : « Par jugement en date du [...], le Tribunal de grande instance de Paris a jugé que la société HÔTEL 123 SEBASTOPOL s'est rendue coupable d'une atteinte à la renommée des marques n° 10 3 722 922 et 02 3 157 457 appartenant à l'ASSOCIATION FRANCAISE DU FESTIVAL INTERNATIONAL DU FILM en imitant la Palme déposée, caractérisant en outre des actes de contrefaçon et de parasitisme,
- condamner la société HÔTEL 123 SEBASTOPOL à payer à l'AFFIF la somme de 10 000 euros au titre des frais irrépétibles prévus par l'article 700 du code de procédure civile et aux entiers dépens, qui comprendront le cout de la mesure de constat et les frais de saisie-contrefaçon d'un montant total de 996,12 Euros TTC, dont distraction au profit de la SELARL ODINOT & Associés, Avocats aux offres de droit, qui pourra les recouvrer conformément aux dispositions de l'article 699 du code de procédure civile,
- ordonner l'exécution provisoire de la décision à intervenir sur l'ensemble des condamnations prononcées.

Dans ses dernières écritures en date du 5 mai 2015, l'Hôtel 123 Sébastopol entend voir :

A titre principal,

- prononcer la déchéance des droits de l'AFFIF sur la marque n°10 3 722 922 pour les services et produits de la classe n°43, à savoir : hébergement temporaire, services hôteliers et réservation de logements temporaires, pour défaut d'usage sérieux de ladite marque dans un délai de 5 ans antérieure à la date de signification des présentes écritures,
 - prononcer la déchéance des droits de l'AFFIF sur la marque n°02 3 157 457 pour les services et produits de la classe n°43, à savoir : hébergement temporaire, services hôteliers et réservation de logements temporaires,
 - déclarer l'AFFIF irrecevable en son action en concurrence parasitaire, faute de démontrer des actes parasitaires distincts de ceux à l'origine de l'action en contrefaçon, et en tout état de cause, la débouter de cette action en parasitisme comme y étant mal fondée,
 - juger en tout état de cause mal fondée l'AFFIF en ses demandes et la débouter de l'intégralité de ses prétentions, fins et conclusions, faute de démontrer le caractère suffisamment distinctif de l'élément figuratif utilisé, la commission d'un acte de contrefaçon par reproduction ou imitation, le risque élevé de confusion dans l'esprit de la clientèle de l'établissement hôtelier, une atteinte à la renommée de ses marques,
- En tout état de cause,
- Vu la présence résiduelle du symbole litigieux, et la suppression de celui-ci dans les parties communes principales de l'Hôtel (accueil, salon, bar, salle des petits déjeuners),
- Vu la généralisation de l'utilisation du symbole litigieux,
- réduire à l'euro symbolique les demandes d'indemnisation, eu égard à l'absence de mise en demeure préalable et aux démarches spontanées

engagées par la concluante dès connaissance, à l'absence d'éléments probatoires démontrant tant le principe que le quantum du préjudice financier et moral invoqué par l'AFFIF,
- condamner l'AFFIF à verser à la Société HOTEL 123 SEBASTOPOL une somme de 5.000 euros au titre de l'article 700 du code de procédure civile et aux dépens.

L'ordonnance de clôture a été rendue le 7 mai 2015.

MOTIFS DE LA DÉCISION

Sur la déchéance des marques n°10 3 722 922 et n° 02 3 157 457

L'hôtel 123 Sébastopol maintient ses demandes en déchéance pour les services de la classe 43 qu'il limite à l'hébergement temporaire, services hôteliers et réservation de logements temporaires pour les deux marques.

L'article L.714 5 alinéa 1er du code de la propriété intellectuelle dispose qu' "*encourt la déchéance de ses droits le propriétaire de la marque qui, sans justes motifs, n'en a pas fait un usage sérieux, pour les produits et services visés dans l'enregistrement, pendant une période ininterrompue de cinq ans* ”.

La preuve de l'exploitation incombe au propriétaire de la marque dont la déchéance est demandée.

L'AFFIF est titulaire des marques n°10 3 722 922 et n° 02 3 157 457 qui visent en classe 43 l'hébergement temporaire, services hôteliers et réservation de logements temporaires.

Sur la marque n°10 3 722 922

Le délai à l'issue duquel la déchéance des droits attachés à une marque est encourue court à compter non du dépôt de la marque mais de la publication de son enregistrement au BOPI.

En l'espèce la marque n°10 3 722 922 a été publiée au BOPI le 20 août 2010, ce qui rend irrecevable la demande de l'Hôtel 123 Sébastopol formée au cours de la procédure, le 28 août 2014 puis le 7 mai 2015 à une date antérieure à l'expiration du délai de 5 ans.

Sur la marque n° 02 3 157 457

Il est établi que l'AFFIF n'exploite pas une seule fois par an à l'occasion du Festival de Cannes, la marque en cause mais tout au long de l'année à travers des partenariats privés.

Pour justifier du caractère sérieux de l'usage de la marque, l'AFFIF produit des correspondances concernant la réservation de chambres d'hôtel à Cannes, une carte menu bar de la Plage des Palmes, formulaire de réservation de déjeuner, et flyer de présentation des cocktails et petits déjeuners, sur lesquels apparaissent le graphisme de la palme tel que déposé, ainsi que des bars éphémères des partenaires Nespresso et Orange.

Les pièces produites datant de 2009 à 2014, même si elles ne reproduisent que le seul élément figuratif de la marque, à savoir le graphisme de la palme, qui est l'élément dominant de la marque suffisent à établir l'usage sérieux de la marque pour des services pour lesquels la déchéance est invoquée.

L' Hôtel 123 Sébastopol sera en conséquence débouté de ce chef de demande.

Sur le défaut de caractère distinctif de l'élément graphique des marques n°10 3 722 922 et n° 02 3 157 457

L'hôtel 123sebastopol prétend que la palme n'est pas un élément suffisamment distinctif dans la mesure où il s'agit d'un emblème faisant partie de la culture judéo-chrétienne, largement répandu dans le domaine public et utilisé couramment par d'autres marques. Il en déduit que la palme ne peut faire l'objet d'une appropriation de la part de la demanderesse et l'empêcher d'en reproduire le motif sur ses tapis et rideaux.

L'AFFIF s'y oppose en soulignant le caractère arbitraire du graphisme de la palme figurant sur ses marques.

Selon l'article L 711-2 a) 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 et générique ou usuelle du produit ou du service ; [...]"

En l'espèce, il convient de rappeler que l'AFFIF prétend à la protection de la représentation graphique de la palme, telle que dessinée dans le dépôt et non à toute représentation graphique d'une palme.

Il s'agit du dessin stylisé d'une palme orientée horizontalement de gauche à droite, composée de 19 feuilles au total, 11 en partie supérieure et 8 en partie inférieure, ondulées vers le haut qui se touchent et se rapprochent de manière irrégulière, avec un nœud large arrondi à son embout.

Force est de constater que ce dessin est parfaitement arbitraire et de fantaisie par rapport à une feuille de palmier qu'il est censé illustrer.

De surcroît, il se distingue nettement de la représentation d'une palme sur des blasons des villes et pièces de monnaie produits par le défendeur.

L'Hôtel 123 Sébastopol ne peut pas davantage faire état de l'usage prétendument fait par d' autres marques du graphisme protégé, ce qui est indifférent au présent litige.

Le graphisme de la palme retenu pour les marques n°10 3 722 922 et n° 02 3 157 457 n'encourt donc pas le grief allégué de défaut de distinctivité.

Sur la contrefaçon des marques par imitation

L'article 713-3 b) du code de la propriété intellectuelle dispose que *“sont interdits, sauf autorisation du propriétaire, s'il peut en résulter un risque de confusion dans l'esprit du public, l'imitation d'une marque et l'usage d'une marque imitée, pour des produits ou services identiques ou similaires à ceux désignés dans l'enregistrement”*,

Il a été précédemment exposé que L 'AFFIF est titulaire des marques suivantes :

-la marque française figurative représentant une palme, orientée horizontalement de gauche à droite, cerclée dans un ovale déposée le 19 mars 2010 n° 10 3 722 922 pour les produits et services visés dans les classes 3-9-12-14-16-18-21-22-25-28-33-34-35-38-39-40-41-42-43 et 44 ; marque régulièrement renouvelée ;

-la marque française semi-figurative, Palme d'or constituée de la dénomination verbale associée à la représentation graphique de la palme, déposée le 4 avril 2002 sous le n° 02 3 157 457 pour les produits et services visés dans les classes 3-9-12-14-16-18-21-22-25-28-34-35-38-39-41-42-43 et 45.

Il résulte des pièces versées et notamment du procès verbal de saisie-contrefaçon dressé le 8 avril 2014 par Maître Samain huissier de justice à Paris, que celui-ci a relevé que la reproduction du signe de la palme dans l'Hôtel 123 Sébastopol comme suit :

“escalier menant au sous-sol n° 1 : chemin de moquette avec palme d'or sur fond rouge répétée à chaque marche.

rez-de-chaussée - hall d'entrée : chemin de moquette sur toute la profondeur avec 68 palmes or ou jaune sur fond orange.

derrière le piano : double rideaux avec 2 palmes. ? entrée principale : double rideaux avec 2 palmes.

les deux escaliers accédant au couloir des chambres sur toutes les hauteurs, sur 6 étages : emmarchement recouvert d'un chemin de moquette avec palmes or ou jaune sur fond orange.

6ème étage, dit étage Belmondo : la chambre 622, libre de tout occupant, ayant été visitée et révélant la présence de double rideaux rouge avec palmes or ou jaune de 49 cm de hauteur.”

Il résulte de ce constat et de celui fait sur les sites de l'hôtel <http://www.astotel.com> ; <http://www.le123sebastopol.com> et sur sa page Facebook [.com/le 123sebastopol](https://www.facebook.com/le123sebastopol) le 28 mars 2014 que le défendeur a reproduit une palme jaune orientée horizontalement sur le chemin de moquette des parties communes et verticalement sur les rideaux.

Il convient de rappeler que les marques dont est titulaire la demanderesse sont constituées du graphisme d'une palme qui constitue pour chacune l'élément dominant de la marque et qui se détache de l'élément dénominatif « Palme d'or » pour la marque n° 02 3 157 457 et du cercle ovale pour la marque n° 10 3 722 922.

Les marques protègent non seulement les signes pris dans leur ensemble mais aussi, contrairement à ce que soutient le défendeur, la représentation graphique stylisée de la palme prise individuellement.

Ainsi, il importe peu que le cercle ovale bleu marine de la marque n° 10 3 722 922 ou l'adjonction nominative « palme d'or » pour la marque

n° 02 3 157 457 ne soient pas reproduits sur la moquette ou les double rideaux.

Il y a lieu de rechercher si, au regard d'une appréciation des degrés de similitude entre les signes et entre les services désignés par la classe 43, il existe un risque de confusion dans l'esprit du public concerné, ce risque de confusion devant être apprécié en tenant compte de tous les facteurs pertinents du cas d'espèce.

Le défendeur conteste avoir reproduit le graphisme de la palme en raison de sa banalité de l'élément et des différences qu'il oppose.

Pour autant, comme il a été dit plus haut, le graphisme retenu est particulier et stylisé et sa reproduction par imitation est illicite si les conditions sont réunies.

L'appréciation de la similitude visuelle et conceptuelle des signes doit être fondée sur l'impression d'ensemble produite par ceux-ci, en tenant compte, notamment, de leurs éléments distinctifs et dominants.

En l'espèce il ressort de la comparaison des signes en présence que d'un point de vue visuel, les palmes relevées par l'huissier dans son procès-verbal sont très proches et leur forme évoque sur le plan intellectuel nettement la représentation de la palme figurant sur les marques de la demanderesse.

Il s'agit en effet d'une palme qui comporte 20 feuilles ondulées, dont l'épaisseur du trait et la forme sont similaires à ceux des marques précitées.

En effet le fait qu'une feuille ait un sens opposé, que le mouvement de l'ondulation qui reste dirigée vers le haut soit légèrement différent, avec un embout plutôt carré sont insignifiants pour le public qui n'a pas les deux signes sous les yeux.

Les services fournis par le défendeur sont ceux d'un hôtel, qui entrent dans la catégorie des services de la classe 43 à savoir « hébergement temporaire, services hôteliers et réservation de logements temporaires » qui sont visés dans l'enregistrement des marques n° 10 3 722 922 et n° 02 3 157 457.

Le demandeur qui a échoué dans son action en déchéance des marques pour ces services ne peut se prévaloir d'un prétendu défaut d'activité dans ce domaine par l'AFFIF alors que ces services sont visés dans l'enregistrement et bénéficient de la protection qui y est attachée.

L'Hôtel 123 Sébastopol conteste tout risque de confusion dans la mesure où il exerce une activité distincte de celle déclarée par l'association demanderesse, dans une zone éloignée de Cannes et de son public, ayant choisi le motif d'une palme comme décor sans faire croire à une accréditation du festival qu'il n'a pas recherchée.

Néanmoins, la reproduction d'une palme proche de celle constituant les marques, qui protège la palme d'or du Festival de Cannes, de couleur jaune notamment sur un tapis rouge, évoquant les marches du palais du

Festival, par un hôtel dont la décoration a pour thématique le cinéma et la recherche de liens avec l'univers du 7ème art et ses célébrités, révèle que le défendeur a fait ce choix dans le but d'attirer une clientèle sensible à cet événement et à la marque qui lui est étroitement liée.

Il s'agissait d'ajouter un détail évocateur de plus au thème de la décoration de l'hôtel ce dont la presse s'est fait l'écho, en commentant « *un tapis rouge jonché de palmes d'or vous accueille comme à Cannes ; vous êtes la star d'un soir* » (procès-verbal de constat sur internet, pièce 17) pour un public qui ne concerne pas seulement la ville de Cannes, compte tenu de la notoriété du Festival qui n'est pas contestée.

Il résulte de ces éléments que la forte similitude entre les signes en cause pris dans leur ensemble alliée à la similarité des services entraîne un risque de confusion, le public concerné étant amené à attribuer aux services proposés par l'hôtel une origine commune ou tout au moins un partenariat avec le Festival de Cannes.

Contrairement à ce que soutient le défendeur, l'absence de mention du statut « partenaire officiel » n'exclut en rien le risque de confusion pour le public.

La contrefaçon par imitation est ainsi caractérisée sans qu'il y ait lieu d'apprécier la bonne foi du défendeur qui est inopérante en la matière.

Sur l'atteinte à la marque de renommée

L'article L 713-5 du code de la propriété intellectuelle dispose que « *la reproduction ou l'imitation d'une marque jouissant d'une renommée pour des produits ou des 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.* »

Dès lors que les faits querellés par la demanderesse ont ci-dessus été jugés contrefaisants au titre de l'imitation de la marque au sens de l'article L713-3, la demande pour les mêmes faits fondée sur la marque notoire en vertu de l'article L 713- 5 devient sans objet.

Sur les mesures réparatrices

Il sera fait droit à la demande d'interdiction selon les modalités du dispositif assortie d'une astreinte pour faire cesser l'usage qui perdure.

L' AFFIF sollicite réparation au titre de son préjudice économique et moral.

Comme il a été retenu plus haut, le fait de reproduire la palme d'or du Festival de Cannes dans la décoration des chemins de moquette de l'entrée et de l'escalier et sur les rideaux de la chambre Belmondo renforce la thématique recherchée par l'hôtel pour attirer un public sensible au cinéma.

De nombreux visuels ont été reproduits sur le site internet de l'hôtel et

sur les sites des réservations de type Booking et Tripadvisor pour mettre en valeur les lieux aux yeux du public, selon le procès verbal de constat d'huissier établi le 28 mars 2014.

Il s'en suit que le défendeur s'est indument approprié l'aura et le prestige lié au Festival de Cannes, en associant l'image prestigieuse de la palme protégée par les marques à son établissement et l'a fait valoir auprès de sa clientèle.

Ces faits justifient la condamnation de l'Hôtel 123 Sébastopol au paiement de la somme de 30 000 € au profit de l'AFFIF en réparation de son préjudice.

Il n'y a pas lieu à ordonner de publication, le préjudice étant ainsi intégralement réparé.

Sur le parasitisme

L 'AFFIF reproche au défendeur de s'être placé dans le sillage du festival de Cannes et d'avoir profité de sa notoriété, à des fins commerciales et sans bourse délier, alors que l'association supporte des frais lourds d'investissement et d'organisation pour promouvoir l'événement.

Cependant, l' AFFIF ne démontre pas de faits distincts de ceux reprochés au titre de la contrefaçon dont le préjudice a été réparé.

Il convient de la débouter de ce chef de demande.

Sur les autres demandes

Il y a lieu de condamner l' Hôtel 123 Sébastopol, partie perdante, aux dépens qui seront recouverts conformément aux dispositions de l'article 699 du code de procédure civile.

En outre, il doit être condamné à verser à l' AFFIF, qui a dû exposer des frais irrépétibles pour faire valoir ses droits, une indemnité au titre de l'article 700 du code de procédure civile qu'il est équitable de fixer à la somme de 5000 euros comprenant les coûts de saisie-contrefaçon.

Les circonstances de l'espèce justifient le prononcé de l'exécution provisoire, qui est en outre compatible avec la nature du litige.

PAR CES MOTIFS,

Le Tribunal, statuant publiquement, par mise à disposition au greffe, par jugement contradictoire et rendu en premier ressort,

Déclare irrecevable la demande en déchéance de la marque n°10 3 722 922 formée par la société Hôtel 123 Sébastopol irrecevable,

Déboute la société Hôtel 123 Sébastopol de sa demande en déchéance de la marque et n° 02 3 157 457,

Dit qu'en reproduisant l'élément graphique des marques n° 02 3 157

457 et n°10 3 722 922 sur les tapis et double rideaux de l'hôtel, sans l'autorisation de son titulaire, la société Hôtel 123 Sébastopol a commis des actes de contrefaçon,

Dit n'y a voir lieu à statuer sur le surplus de la demande au titre de l'atteinte à la marque de renommée,

Interdit à la société Hôtel 123 Sébastopol de faire usage de la palme graphique des marques n° 02 3 157 457 et n°10 3 722 922,

Ordonne à la société Hôtel 123 Sébastopol le retrait des palmes reproduites sur les agencements et équipements de l'hôtel ainsi que sur les visuels de sa page Facebook, et les sites internet <http://www.le123sebastopol.com> et <http://www.astotel.com>, sous astreinte dans un délai de trois mois à compter de la signification décision, de 50 € par jour d'infraction pendant 100 jours,

Condamne la société Hôtel 123 Sébastopol à verser à l' Association Française Du Festival International du Film la somme de 30 000 €.

Déboute l' Association Française Du Festival International du Film de sa demande de publication,

Condamne la société Hôtel 123 Sébastopol à payer à l'AFFIF la somme de 5 000 euros au titre de l'article 700 du code de procédure civile,

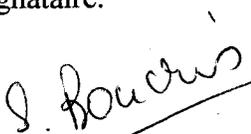
Déboute les parties de leurs demandes plus amples ou contraires,

Ordonne l'exécution provisoire,

Condamne la société Hotel 123 Sébastopol aux dépens, qui seront recouvrés conformément aux dispositions de l'article 699 du code de procédure civile.

Fait et jugé à Paris, le 10 Septembre 2015.

Signé par François THOMAS, président et par Sarah BOUCRIS, greffier, auquel la minute de la décision a été remise par le magistrat signataire.


Le Greffier


Le Président