

**TRIBUNAL
DE GRANDE
INSTANCE
DE PARIS**

■
3ème chambre 1ère
section

N° RG : 14/18562

N° MINUTE : 13

**JUGEMENT
rendu le 17 Décembre 2015**

DEMANDERESSE

S.A.S. SIXIEME SON COMMUNICATION
4 rue Scipion
75005 PARIS

représentée par Maître Nicolas GODEFROY de l'AARPI GODIN
ASSOCIES, avocats au barreau de PARIS, vestiaire #R0259

DÉFENDERESSE

S.A.R.L. DISSONANCES
15 rue Parmentier
92400 COURBEVOIE

représentée par Maître André SCHMIDT de l'AARPI A. SCHMIDT
- L. GOLDGRAB, avocats au barreau de PARIS, vestiaire #P0391

COMPOSITION DU TRIBUNAL

Marie-Christine COURBOULAY, Vice Présidente
Camille LIGNIERES, Vice Présidente
Julien RICHAUD, Juge

assistés de Léoncia BELLON, Greffier,

DEBATS

A l'audience du 02 Novembre 2015
tenue publiquement

Expéditions
exécutoires
délivrées le :

22/12/15

13

Page 1

JUGEMENT

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

EXPOSÉ DU LITIGE

La SAS SIXIEME SON COMMUNICATION est une agence de communication dans le domaine de l'identité et du design sonore.

Elle est titulaire du nom de domaine « sixiemeson.com », réservé le 4 février 1997, et des marques suivantes :

- la marque française verbale « SIXIEME SON » n° 726646 déposée le 6 avril 1998 en classes 9, 35 et 41 ;
- la marque française semi-figurative « SIXIEME SON » n° 3569997 déposée le 16 avril 2008 en classes 9, 35 et 41.

Sixième Son 

La SARL DISSONANCES, qui exerce une activité d'édition et de production musicale pour des compositeurs, est également une agence de communication spécialisée dans la création d'identités sonores.

Ayant découvert que la saisie des termes « sixième son » et « sixiemeson » sur le moteur de recherche Google faisait apparaître en première position des résultats de recherche, au dessus des liens renvoyant vers son site institutionnel, une annonce publicitaire titrée « Sixième son – dissonances.fr » avec le message commercial « Des musiques originales pour enrichir votre communication » conduisant vers le site internet www.dissonances.fr de la SARL DISSONANCES, la SAS SIXIEME SON COMMUNICATION a fait procéder à un constat d'huissier sur internet le 12 septembre 2014.

Par courrier recommandé du 17 septembre 2014, la SAS SIXIEME SON COMMUNICATION a mis en demeure la SARL DISSONANCES de cesser toute exploitation du terme « SIXIEME SON » par l'intermédiaire du système Google Adwords ou tout autre moyen, de communiquer la durée de l'exploitation du mot-clé « sixième son », le nombre de clics effectués sur l'annonce « Sixième son – dissonances.fr » depuis sa mise en ligne et fournir les éléments de preuve y afférents afin d'évaluer son préjudice.

Par courrier du 23 septembre 2014, la SARL DISSONANCES a répondu qu'il s'agissait d'une erreur due à un stagiaire et avoir mis fin à cette situation dès réception du courrier, indiqué que le mot-clé « sixième son » avait généré 25 clics sur son site internet www.dissonances.fr du 2 juin au 18 septembre 2014, joint un tableau caviardé extrait d'un rapport concernant l'exploitation de ses Adwords et proposé un règlement amiable.

B



Estimant que ce tableau ne lui permettait pas d'évaluer précisément son préjudice, la SAS SIXIEME SON COMMUNICATION a, par courriel du 29 septembre 2014, sollicité en vain un document complet mentionnant notamment les variantes de « sixième son » qui auraient pu être également réservées comme Adwords.

C'est dans ces conditions que la SAS SIXIEME SON COMMUNICATION a, par exploit d'huissier en date du 16 décembre 2014, assigné la SARL DISSONANCES devant le tribunal de grande instance de PARIS en contrefaçon de marques et en concurrence déloyale et parasitaire.

Invoquant la découverte de l'utilisation par la SAS SIXIEME SON COMMUNICATION du mot-clé « dissonances » pour diffuser une annonce publicitaire Adwords pour promouvoir ses services et attirer les internautes saisissant le mot-clé « dissonances » sur son site internet www.sixiemeson.com, la SARL DISSONANCES a fait procéder à des constats d'huissier sur internet les 30 janvier, 4 et 10 mars 2015.

Par dernières conclusions signifiées par voie électronique le 28 septembre 2015, la SAS SIXIEME SON COMMUNICATION demande au tribunal de :

Vu les articles L.713-2, L.713-3, L.716-1, L.716-3 et L.716-14 du code de la propriété intellectuelle

Vu l'article 46 du code de procédure civile

Vu l'article 1382 du code civil

- DIRE et JUGER la Société Sixième Son Communication recevable et bien fondée en son action ;

- DIRE et JUGER qu'en faisant usage des marques suivantes, détenues par la Société Sixième Son Communication:

- la marque française verbale « SIXIEME SON » n°(98)726646 déposée le 6 avril 1998 en classes 09, 35 et 41, et,

- la marque française semi-figurative n° (08)3569997 déposée le 16 avril 2008 en classes 09, 35 et 41, par leur réservation à titre de mots clefs dans le cadre du service de référencement payant Google Adwords de la société Google pour générer de la publicité sur le moteur de recherche Google, ainsi que par leur utilisation au sein du titre d'une annonce publicitaire au profit de son site Internet, la Société Dissonances s'en rendue coupable d'actes de contrefaçon au préjudice de la Société Sixième Son Communication;

- DIRE et JUGER qu'en utilisant le nom commercial ainsi que la partie distinctive du nom de domaine de la Société Sixième Son Communication pour déclencher à son profit une annonce publicitaire au sein de laquelle figure les signes distinctifs précités, la Société Dissonances commet des actes de concurrence déloyale et parasitaire au préjudice de la Société Sixième Son Communication ;

- DIRE ET JUGER qu'en l'absence de circonstances caractérisant un risque de confusion entre les sites internet des sociétés Dissonances et Sixième Son Communication, la société Sixième Son Communication n'a commis aucune faute susceptible d'engager sa responsabilité en réservant l'Adword « Dissonances » dans le cadre de sa campagne de référencement publicitaire.

15

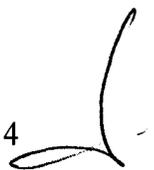
En conséquence :

- INTERDIRE à la Société Dissonances tout usage des signes distinctifs de la Société Sixième Son Communication sur tout support, présent et futur, à compter du 8ème jour suivant la notification du jugement, et sous astreinte de 500 € par infraction constatée ;
- CONDAMNER la Société Dissonances à verser à la Société Sixième Son Communication la somme de 15.000 € (QUINZE MILLE EUROS) soit 10.000 € en réparation de l'atteinte à ses marques et 5.000 € en réparation du préjudice moral subi en raison de la contrefaçon de ses marques ;
- CONDAMNER la Société Dissonances à verser à la Société Sixième Son Communication la somme de 15.000 € (QUINZE MILLE EUROS) en réparation du préjudice subi en raison de l'usurpation de son nom commercial et de la partie distinctive de son nom de domaine constitutifs d'actes de concurrence déloyale et parasitaire ;
- ORDONNER la publication, aux frais de la Société Dissonances, du dispositif de la décision à intervenir en accès direct et sur la partie haute de la page d'accueil de son site Internet officiel : www.dissonances.fr, pendant 30 jours, à compter du 15ème jour suivant la notification du jugement, et sous astreinte de 1.000 € par jour de retard, ainsi que dans trois journaux ou magazines spécialisés dans la communication, au choix de la Société Sixième Son Communication, sans que ces publications dépassent le coût de 5.000€ HT chacune ;
- DEBOUTER la Société Dissonances de ses demandes reconventionnelles à l'encontre de la société Sixième Son ;
- CONDAMNER la Société Dissonances à payer à la Société Sixième Son Communication la somme de 10.000 Euros au titre des dispositions de l'article 700 du CPC ;
- CONDAMNER la Société Dissonances en tous les dépens qui pourront être recouverts par Me Godefroy en application de l'article 699 du Code de Procédure Civile ;
- ORDONNER l'exécution provisoire du jugement à intervenir nonobstant appel et sans caution.

Par dernières conclusions signifiées par voie électronique le 22 octobre 2015, la SARL DISSONANCES demande au tribunal de :

- Rejeter l'ensemble des demandes fins et conclusions de la société SIXIEME SON COMMUNICATION ;
- Déclarer recevables et bien fondées les demandes reconventionnelles de la société DISSONANCES dans l'hypothèse où le Tribunal entrerait en voie de condamnation à son encontre ;
- Condamner, dans cette hypothèse, pour parasitisme commercial la société SIXIEME SON COMMUNICATION à payer à la société DISSONANCES la somme de 30.000 euros à titre de dommages et intérêts,
- En tout état de cause, condamner, la société SIXIEME SON COMMUNICATION à payer à la société DISSONANCES la somme de 5.000 € au titre de l'article 700 du Code de Procédure Civile ;
- Ordonner l'exécution provisoire du jugement à intervenir en ce qui concerne les demandes reconventionnelles et les sommes réclamées au titre de l'article 700 du Code de Procédure Civile ;

15



- Condamner la société SIXIEME SON COMMUNICATION à payer les entiers dépens de l'instance, qui pourront être recouvrés par Maître André SCHMIDT dans les conditions de l'article 699 du Code de Procédure Civile ;

La clôture a été prononcée le 2 novembre 2015.

MOTIFS

Sur la contrefaçon des marques « SIXIEME SON » n° 726646 et 3569997

La société SIXIEME SON COMMUNICATION soutient que la société DISSONANCES en réservant les mots clés « sixieme son » et « sixiemeson » dans le système Adwords du moteur de recherches Google s'est rendu responsable d'acte de contrefaçon des marques françaises « SIXIEME SON » n° 726646 et 3569997 dont elle est titulaire.

La société DISSONANCES réplique qu'elle n'a pas commis de faute parce qu'elle n'a jamais réservé l'expression "sixieme son-dissonances.fr" ni comme mot clé ni comme titre ou contenu d'une annonce, qu'elle a seulement réservé comme mot clé "sixieme son" afin que la concurrence puisse jouer pleinement pour l'internaute, ce qui n'est pas en soi répréhensible.

La société défenderesse ajoute que l'explication de l'apparition de l'annonce litigieuse sous ce titre est donnée par Google dans sa lettre adressée en date du 15 juillet 2015 : le système peut parfois prendre la liberté d'ajouter l'URL ou une partie du nom de domaine à côté du titre quand l'espace disponible sur la page des résultats le lui permet.

Sur ce :

En application 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 application 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.

Lorsque l'usage par un tiers d'un signe identique à la marque est fait pour des produits identiques ou similaires à ceux pour lesquels la marque est enregistrée, le titulaire de la marque est habilité à en interdire l'usage si celui-ci est susceptible de porter atteinte à l'une des

fonctions de la marque et notamment à la fonction essentielle de la marque qui est de garantir au consommateur ou à l'utilisateur final l'identité d'origine du produit ou du service marqué, en lui permettant de distinguer ce produit ou ce service de ceux qui ont une autre provenance.

Le seul fait d'utiliser une marque comme mot-clé ne constitue pas en soi un acte de contrefaçon.

En effet, la CJUE a dit pour droit dans son arrêt rendu, le 22 septembre 2011, (aff. C-323/09, Interflora c/ Marks and Spencer) que "la marque n'a cependant pas pour objet de protéger son titulaire contre des pratiques inhérentes au jeu de la concurrence, que l'utilisation d'une marque même notoire à titre de mot clé est licite si elle respecte un certain nombre de conditions",, le titulaire d'une marque renommée n'est pas habilité à interdire, notamment, des publicités affichées par des concurrents à partir de mots clés correspondant à cette marque.

Dans ses arrêts Google du 23 mars 2010 et Interflora cité plus haut, la CJUE a ajouté la notion d'atteinte à la fonction d'indication d'origine à propos des liens commerciaux comme suit :

« Il y a atteinte à cette fonction lorsque l'annonce ne permet pas ou permet seulement difficilement à l'internaute normalement informé et raisonnablement attentif 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 »

Et l'arrêt Google a apporté la précision suivante :

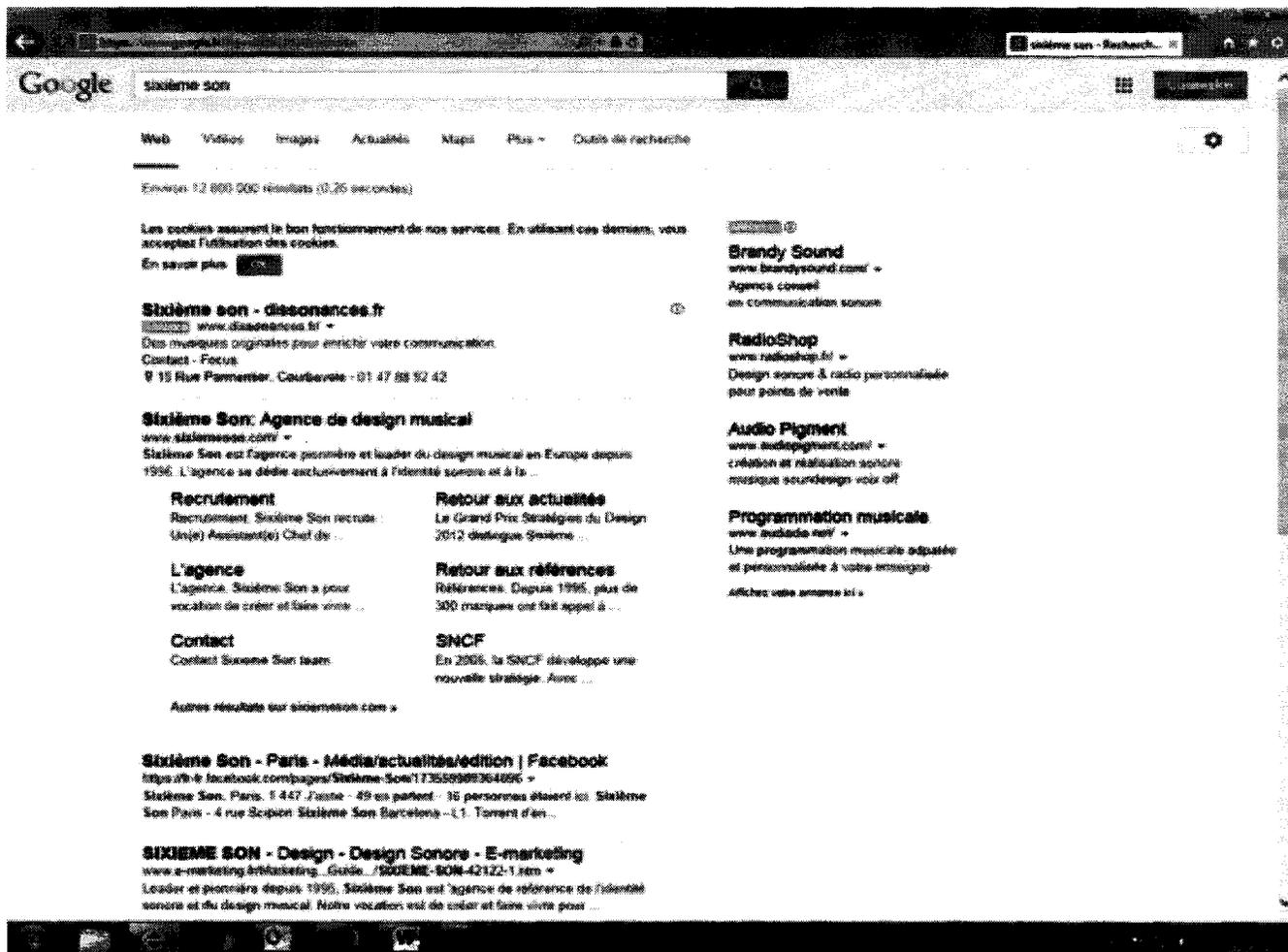
« Eu égard à la fonction essentielle de la marque, qui, dans le domaine du commerce électronique, consiste notamment à permettre aux internautes parcourant les annonces affichées en réponse à une recherche au sujet d'une marque précise, de distinguer les produits ou les services du titulaire de cette marque de ceux qui ont une autre provenance, ledit titulaire doit être habilité à interdire l'affichage d'annonces de tiers que les internautes risquent de percevoir erronément comme émanant de lui »

Il convient donc de déterminer s'il y a une atteinte à la fonction d'identification de la marque du fait de l'annonce litigieuse qui dépend de la façon dont est présentée l'annonce suscitée par le mot-clé identique à cette marque. Ainsi, il y a atteinte à la fonction d'identification de la marque lorsque l'annonce ne permet pas ou permet difficilement à l'internaute normalement informé et raisonnablement attentif, de savoir si les produits ou 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.

Il est constant que des liens promotionnels sont affichés à côté ou au-dessus de la liste des résultats naturels de la recherche et que l'internaute fait la différence entre les publicités et les résultats naturels de la recherche.

Il résulte en effet du fonctionnement du moteur de recherches Google, que lorsque l'internaute introduit le nom d'une marque en tant que mot de recherche, le site internet du titulaire de ladite marque apparaît dans la liste des résultats naturels et cela, normalement, sur l'un des premiers rangs de cette liste.

En l'espèce, à la suite d'une recherche avec les mots "sixieme son", l'annonce litigieuse apparaît de la façon suivante : (procès-verbal de constat en ligne du 12 septembre 2014 : pièce 34 en demande)



c'est à dire, en première position avec le bandeau "Annonces" surligné en jaune et le titre "Sixième son-dissonances.fr".

b

Concernant la marque verbale “sixième son”, le titre de l’annonce litigieuse reproduit à l’identique le signe protégé.

Concernant la marque semi-figurative composé du terme verbal “sixieme son” et du dessin de couleur rose d’un ange à la trompette, seul le terme verbal est repris dans le titre de l’annonce.

Cependant, la partie verbale du signe est prédominante en ce que le dessin de l’ange est discret, de petite dimension et placé au-dessus des termes verbaux en les laissant aisément apparaître. En outre, le terme verbal “sixieme son” est arbitraire pour désigner les services d’une agence de communication spécialisée dans le domaine de l’identité et du design sonore. C’est donc bien la partie la plus distinctive de la marque qui est reprise dans l’annonce litigieuse.

Les marques alléguées de contrefaçon dont la société SIXIEME SON COMMUNICATION est titulaire ont été enregistrées notamment pour des services de “publicité” et “reproduction de sons”, or, les services proposés par la société DISSONANCES sont ceux d’une agence de communication spécialisée dans la création d’identités sonores. Il y a donc identité de services pour les catégories “publicité” et “reproduction de sons”.

Il s’agit par conséquent d’une imitation de la marque semi-figurative et il convient de vérifier s’il existe un risque de confusion pour l’internaute normalement averti.

Si le bandeau “Annonces” informe l’internaute qu’il s’agit d’une publicité, néanmoins, le fait d’accoler sa dénomination sociale à “sixieme sens”, signes protégés d’une société concurrente, dans le titre d’une annonce ayant pour but de promouvoir son propre site engendre une confusion dans l’esprit de l’internaute normalement averti, lequel sera enclin à penser qu’il existe un lien commercial entre la société SIXIEME SON COMMUNICATION et la société DISSONANCES.

En effet l’annonce certes générale indique qu’une société “sixième son-dissonances” propose “des musiques originales pour enrichir votre communciation” c’est-à-dire les mêmes produits que ceux proposés par la société SIXIEME SON COMMUNICATION.

La défenderesse soutient que même s’il peut y avoir un risque de confusion, elle n’a pas commis de faute dans la réservation du mot clé qui est la marque d’un concurrent.

Cependant, il ressort des explications techniques données dans le courrier que Google a adressé à la société DISSONANCES (pièce 26 en défense) que l’apparition de ce titre est dû non pas à des résultats naturels de la recherche mais au fait que la société DISSONANCES a “utilisé le nom de son concurrent comme mot clef dans les groupes d’annonces comprenant des annonces contenant le code d’insertion de mots-clefs dans le titre » ; or, cette réservation est fautive car cela aboutit à un titre d’annonce comprenant la marque de son concurrent et sa propre dénomination sociale reliés par un trait d’union, c’est à dire un

titre d'annonce qui laisse entendre une association de la société SIXIEME SON COMMUNICATION avec une société DISSONANCES, ce qui engendre un risque de confusion pour l'internaute normalement informé et raisonnablement attentif.

En conséquence, l'atteinte à la fonction essentielle des marques, soit l'indication de l'origine des services proposés, est en l'espèce constituée.

La contrefaçon des marques "sixieme son" n° 726646 et 3569997 imputable à la société DISSONANCES et au préjudice de la société SIXIEME SON COMMUNICATION est donc caractérisée.

Sur le préjudice du fait de la contrefaçon des marques

Aux termes de l'article L716-14 al.1 du code de la propriété intellectuelle, pour fixer les dommages et intérêts, la juridiction prend en considération les conséquences économiques négatives, dont le manque à gagner, subies par la partie lésée, les bénéfices réalisés par l'auteur de l'atteinte aux droits et le préjudice moral causé au titulaire de ces droits du fait de l'atteinte.

Il appartient à la partie demanderesse d'établir tant le principe du préjudice qu'elle invoque que le quantum des dommages et intérêts qu'elle sollicite ; il n'appartient pas au tribunal de palier la carence du demandeur dans l'administration de la preuve de son préjudice.

En l'espèce, il est démontré en défense que l'annonce contrefaisante a fait l'objet de 38 clics par l'utilisation des mots « sixieme son » (pièce 14 ter en défense) sur une période limitée puisqu'il est constant que la mention contrefaisante n'apparaît plus à ce jour.

Il n'est en outre pas démontré de détournement de clientèle au profit de la société DISSONANCES du fait de cette annonce litigieuse.

Au vu de ces éléments, le préjudice commercial sera évalué à hauteur de 3000 euros de dommages et intérêts, somme que la société DISSONANCES devra payer à la société SIXIEME SON COMMUNICATION.

Il n'est pas démontré l'existence d'un préjudice moral pouvant consister dans une atteinte à l'image de la société SIXIEME SON COMMUNICATION, ce chef de demande sera donc rejeté.

Sur les mesures d'interdiction

Des mesures d'interdiction seront ordonnées selon les modalités fixées dans le dispositif de la présente décision, sans que l'astreinte soit nécessaire, la mention contrefaisante n'apparaissant plus à ce jour.

B

f

Sur la demande en concurrence déloyale et parasitaire par l'utilisation du nom de domaine « sixiemeson.com » de la société SIXIEME SON COMMUNICATION et de son nom commercial :

La société SIXIEME SON COMMUNICATION prétend que la société DISSONANCES est responsable d'actes de concurrence déloyale qui sont distincts et qui consistent dans l'atteinte à son nom de domaine et à son nom commercial.

La société défenderesse ne développe pas d'arguments spécifiques et différents de ceux développés sur la contrefaçon de marques.

Sur ce,

Vu l'article 1382 du code civil,

Il s'agit de faits distincts de ceux visés dans les actes de contrefaçon de marque car relatifs non pas à la marque mais à l'utilisation du nom commercial et du nom de domaine.

La société SIXIEME SON COMMUNICATION et la société DISSONANCES sont concurrentes pour exercer la même activité d'agences de communication spécialisées dans la création d'identités sonores.

L'utilisation par la société DISSONANCES du nom commercial et du nom de domaine de la société SIXIEME SON COMMUNICATION comme mot clé ne peut constituer un acte de concurrence déloyale que dans la mesure où le contenu de l'annonce induirait dans l'esprit du consommateur une confusion et l'amènerait à croire qu'il s'adresse au même distributeur.

En l'espèce, il a été démontré plus haut que la réservation du mot clé « sixieme son- dissonance » à titre de mot-clé dans le moteur de recherches Google est une attitude déloyale, et que le libellé de l'annonce a eu pour objet de détourner par des moyens déloyaux les clients du résultat naturel vers l'annonce publicitaire de la société DISSONANCES.

Par conséquent, la société SIXIEME SON COMMUNICATION sera accueillie dans sa demande fondée sur la concurrence déloyale envers la société DISSONANCES.

En revanche, il n'est pas démontré un préjudice distinct de celui subi par la société SIXIEME SON COMMUNICATION du fait de la contrefaçon de ses marques. La demande en dommages et intérêts du chef de la concurrence déloyale sera donc rejetée.

Sur la demande reconventionnelle fondée sur le parasitisme :

La société DISSONANCES reproche à la société SIXIEME SON COMMUNICATION d'avoir réservé comme mot clé le terme " dissonances " qui est sa dénomination sociale.

B



Il est répondu par la société SIXIEME SON COMMUNICATION que le fait de réserver comme mot clé la dénomination sociale d'un concurrent n'est pas en soi fautif et qu'en l'espèce il n'est pas démontré l'existence d'un risque de confusion.

Sur ce ;

Vu l'article 1382 du code civil,

L'utilisation par la société SIXIEME SON COMMUNICATION de la dénomination sociale de la société DISSONANCES comme mot clé ne peut constituer un acte de concurrence déloyale et parasitaire que dans la mesure où le contenu de l'annonce induirait dans l'esprit du consommateur une confusion et l'amènerait à croire qu'il s'adresse au même prestataire de services.

En l'espèce, il n'est pas contesté que l'annonce litigieuse apparaît de la façon suivante : (procès-verbal de constat d'huissier de justice en ligne du 30 janvier 2015 en pièce 15 en défense)

A la suite d'une recherche avec le terme « dissonances.fr », il apparaît au dessus des résultats naturels en deuxième position la mention du site de la société SIXIEME SON COMMUNICATION titrée « Sixième Son- sixiemeson.fr » avec la mention « Annonces » surlignée en jaune, laquelle permet aux internautes moyennement attentifs et normalement avertis de distinguer les annonces publicitaires des résultats naturels de sorte que le seul emploi de la dénomination sociale comme mot clé ne suffit pas à démontrer un acte de concurrence déloyale.

Les utilisateurs du moteur de recherches Google connaissent parfaitement bien ce schéma et savent que les annonces publicitaires apparaissent concomitamment aux résultats naturels et permettent la mise en oeuvre de la concurrence.

L'annonce litigieuse indique que Sixième Son est le « Leader Musical + de 300 identités sonores. Nos Références - Contactez-Nous ».

Il n'est pas démontré en l'espèce l'usage de moyens déloyaux par la réservation du terme «dissonances» à titre de mot-clé dans le moteur de recherches Google puisqu' aucune référence n'est faite à la société DISSONNANCES tant dans le titre de l'annonce que dans l'annonce elle-même, aucune faute ne peut donc être reprochée à la société SIXIEME SON COMMUNICATION.

Par conséquent, la société DISSONANCES sera déboutée de sa demande reconventionnelle fondée sur le parasitisme envers la société SIXIEME SON COMMUNICATION.

Sur les autres demandes :

La publication judiciaire n'est pas opportune et la demande de ce chef sera rejetée.

ly



La société SIXIEME SON COMMUNICATION qui succombe au principal sera condamnée aux entiers dépens dont distraction au profit de Maître Godeffroy, en application de l'article 699 du code de procédure civile.

Les conditions sont réunies pour condamner la société SIXIEME SON COMMUNICATION à verser à la société DISSONANCES la somme de 5.000 euros, en application des dispositions de l'article 700 du code de procédure civile.

L'exécution provisoire de la présente décision est ordonnée.

PAR CES MOTIFS :

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

Dit que la société DISSONANCES a commis des actes de contrefaçon des marques "SIXIEME SENS" n° 726646 et 3569997 dont la société SIXIEME SON COMMUNICATION est titulaire et Condamne la société DISSONANCES à payer à la société SIXIEME SON COMMUNICATION la somme de 3000 euros en réparation du préjudice commercial,

Rejette la demande de la société SIXIEME SON COMMUNICATION en réparation du préjudice moral subi du fait de la contrefaçon,

Interdit à la société DISSONANCES de réserver comme mot clé « sixieme son » accolé à « dissonances »,

Dit que la société DISSONANCES a commis des actes de concurrence déloyale envers la société SIXIEME SON COMMUNICATION, mais rejette la demande en condamnation en dommages et intérêts,

Déboute la société DISSONANCES de sa demande reconventionnelle fondée sur le parasitisme,

Rejette la demande sur la publication judiciaire,

Condamne la société DISSONANCES à payer à la société SIXIEME SON COMMUNICATION la somme de 5000 euros sur le fondement de l'article 700 du code de procédure civile,

Ordonne l'exécution provisoire de la présente décision,

Condamne la société DISSONANCES aux entiers dépens dont distraction au profit de Maître Godeffroy, en application de l'article 699 du code de procédure civile.

Fait et jugé à Paris le 17 Décembre 2015

Le Greffier



Le Président

