

**TRIBUNAL DE GRANDE INSTANCE DE PARIS**  
**3<sup>ème</sup> ch., 2<sup>ème</sup> Section, 23 février 2006**

DEMANDERESSE

Société CHERIE FM 22, rue Boileau 75016 PARIS représentée par Me Nicolas BOESPFLUG, avocat au barreau de PARIS, avocat postulant, vestiaire E 329

DÉFENDERESSE

Madame Sarah Jane X... 25 Rue de Lappe 75011 PARIS représentée par Me MOYERSOEN Patricia, avocat au barreau de PARIS, avocat postulant, vestiaire B0609

COMPOSITION DU TRIBUNAL : Claude VALLET, Vice-Présidente Véronique RENARD, Vice Présidente Michèle PICARD, Vice-Présidente assistée de Caroline LARCHE, Greffier DEBATS  
A l'audience du 05 Janvier 2006 tenue en audience publique

JUGEMENT Prononcé en audience publique Contradictoire en premier ressort

FAITS & PROCEDURE

La société CHERIE FM est titulaire de la marque semi-figurative " CHERIE FM" no 1622753 déposée le 22 octobre 1990 pour désigner les produits et services des classes 35, 38, 39 et 41. Elle a été renouvelée le 19 mai 2000. Cette société, qui exploite une station de radio pour laquelle elle indique réaliser d'importants investissements publicitaires, a découvert que Madame X... avait déposé le 11 février 2004 la marque MON CHERI enregistrée sous le no 3273874 pour désigner les produits et services des classes 35, 38 et 41 de la classification internationale.

Considérant que ce faisant Madame X... avait commis des actes de contrefaçon par imitation, la société CHERIE FM a, par assignation en date du 27 juillet 2004, attiré celle-ci devant ce tribunal sur le fondement des dispositions de l'article L 713-3 du code de la Propriété Intellectuelle. Postérieurement à l'introduction de l'instance, Madame X... a renoncé partiellement à sa marque pour la totalité des produits et services de la classe 38 et une partie de ceux des classes 35 et 41 de sorte qu'elle ne désigne plus désormais que les "*activités sportives et culturelles, Production de films cinématographiques et de clips. Agence pour artistes. Agence littéraire. Conseil et assistance des artistes et auteurs. Production de spectacles. Organisation de tournées de spectacles*".

Dans le dernier état de ses écritures en date du 1er juillet 2005, la société CHERIE FM, maintenant sa demande en contrefaçon, demande de prononcer une mesure d'interdiction sous astreinte pour les produits et services des classes 38 et 41, de condamner Madame X... à lui payer la somme de 10 000 euros à titre de dommages et intérêts, de prononcer la nullité de la marque MON CHERI no3273874 en ce qu'elle désigne les services relevant de la classe 41, le tout sous le bénéfice de l'exécution provisoire et de condamner Madame X... au paiement de la somme de 5000 euros en application des dispositions de l'article 700 du Nouveau Code de Procédure Civile et aux dépens.

Dans ses écritures récapitulatives signifiées le 1er septembre 2005, Madame X... demande de constater qu'elle a renoncé partiellement à l'enregistrement de sa marque MON CHERI, de prononcer la déchéance de la marque opposée pour les services de production de film et agences pour artistes, de débouter la société CHERIE FM de sa demande en contrefaçon en l'absence de tout risque de confusion et de rejeter toutes les autres demandes. Elle sollicite l'allocation de la

somme de 2500 euros au titre de ses frais non taxables et la condamnation de la demanderesse aux dépens. L'ordonnance de clôture a été rendue le 30 septembre 2005.

## MOTIFS DE LA DECISION

### Sur la demande de déchéance partielle:

Attendu que Madame X..., poursuivie en contrefaçon dispose d'un intérêt à agir en déchéance de la marque CHERIE FM pour les services de production de films et agences pour artistes, la similarité éventuelle de ceux-ci avec d'autres produits et services désignés par la marque première étant sans incidence sur la recevabilité de cette demande; Que par ailleurs, l'existence ou non d'une contrefaçon de marque dont l'analyse relève du fond du droit ne peut être prise en considération dans l'examen de l'intérêt à agir;

Attendu qu'aux termes de l'article L 714-5 du Code de la Propriété Intellectuelle, *"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 déchéance peut être demandée par toute personne intéressée"*;

Attendu que la preuve de l'exploitation de la marque pour les produits et services visés incombant à son titulaire, force est de constater que la société CHERIE FM ne verse aux débats aucun document établissant qu'elle disposerait d'une activité de production de films et d'agence pour artistes; Qu'il suit de là que la déchéance des droits de cette société doit être prononcée pour ces produits et ce à compter du jour de la demande, soit le 27 avril 2005.

### Sur la contrefaçon

Attendu que l'article L 713-3 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: b) l'imitation d'une marque ou l'usage d'une marque imitée, pour des produits ou services identiques ou similaires à ceux désignés dans l'enregistrement."*

Attendu que la comparaison d'ensemble des signes en présence montre qu'au plan visuel et phonétique, le terme CHERI, leur est commun; que toutefois il s'agit d'un nom commun féminin dans la marque première alors qu'il est utilisé au masculin dans la marque seconde;

Attendu qu'il convient de relever que la marque CHERIE FM est une marque semi-figurative dans laquelle les termes sont représentés en écriture cursive, l'un en dessous de l'autre, le mot " CHERIE" étant souligné à la manière d'une barre de signature; que la marque MON CHERI est en revanche une marque purement verbale;

Attendu que conceptuellement, la marque première est évocatrice d'une station de radio de par la présence à la suite du terme CHERIE des lettres "FM" comprises par les consommateurs pour signifier "modulation de fréquence";

Attendu que l'expression "MON CHERI" est parfaitement neutre pour désigner les produits et services des classes 35, 38 et 41 visés au dépôt initial;

Attendu qu'en ce qui concerne lesdits produits et services, la marque première désignait jusqu'à la date de la déchéance "Agence de presse et d'information. Communications radiophoniques,

télégraphiques ou téléphoniques. Téléscripture. Transmission de messages, télégrammes. Diffusion de programmes de télévision. Education. Institution d'enseignement. Edition de livres, revues. Abonnements de journaux. Prêts de livres. Dressage d'animaux. Divertissements, spectacles. Divertissements radiophoniques ou par télévision. Production de films. Agences pour artistes. Location de films, d'enregistrements phonographiques, d'appareils de projection de cinéma et accessoires, de décors de théâtre. Distribution de journaux. Organisation de concours en matière d'éducation et de divertissement";

Attendu que la marque MON CHERI désignait à l'origine, outre les produits et services de la classe 35, notamment " Télécommunication. Communications radiophoniques ou téléphoniques. Agence de presse ou d'information. Emissions radiophoniques ou télévisées. Education. Formation. Divertissements. Publication de livres et prêts de livres. Production de films et de clips. Agence pour artistes. Organisation de concours en matière d'éducation et de divertissement", tous services identiques ou à tout le moins similaires à ceux désignés par la marque première;

Attendu qu'en dépit de l'identité des produits et services visés par les deux marques et de la reprise dans la marque seconde du terme "chéri", il n'apparaît pas qu'une confusion puisse se produire dans l'esprit du consommateur normalement avisé qui n'aurait pas simultanément les deux marques sous les yeux; qu'en effet, et contrairement à ce que soutient la demanderesse, dans le signe CHERIE FM, la distinctivité particulière ne réside pas dans le terme CHERI, en lui même extrêmement banal et inclus dans de très nombreuses marques, mais dans le fait qu'il est utilisé au féminin et associé au sigle FM; qu'ainsi, à supposer même qu'il ait été effectivement utilisé par la société éponyme pour désigner un service d'organisation de spectacles ou de production de films par exemple, et ce conjointement à la marque MON CHERI, le public, de surcroît habitué dans ce domaine à l'usage de dénomination très voisines, n'aurait pas été porté à considérer que les spectacles organisés sous ce dernier signe émaneraient de la société CHERIE FM; que le vocable MON CHERI n'apparaît pas en lui même être une déclinaison du signe CHERIE FM;

Qu'en conséquence, la demande en contrefaçon n'est pas fondée.

#### Sur les frais et dépens:

Attendu que la société CHERIE FM sera condamnée à payer à la défenderesse la somme de 2 500 euros en application des dispositions de l'article 700 du Nouveau Code de Procédure Civile;

Attendu qu'elle supportera la charge des dépens.

#### PAR CES MOTIFS

Le Tribunal, statuant en audience publique, par jugement contradictoire et en premier ressort, Reçoit Madame X... en sa demande de déchéance partielle de la marque CHERIE FM, Prononce la déchéance partielle des droits de la société CHERIE FM sur la marque CHERIE FM no 1622753 en ce qu'elle désigne les produits et services de "production de films" et "d'agence pour artistes" et ce à compter du 27 avril 2005,

Dit que la présente décision, une fois devenue définitive, sera transmise à l'INPI pour inscription au Registre National des Marques, par les soins du greffier saisi à la requête de la partie la plus diligente,

Déboute la société CHERIE FM de sa demande en contrefaçon de marque, La condamne à payer à Madame X... la somme de 2 000 euros en application des dispositions de

l'article 700 du Nouveau Code de Procédure Civile, Condamne la société CHERIE FM aux entiers dépens.

Fait et jugé à Paris

Le 23 février 2006

LE GREFFIER

LE PRESIDENT