

**TRIBUNAL
DE GRANDE
INSTANCE
DE PARIS**



3ème chambre 3ème
section

**JUGEMENT
rendu le 24 mars 2017**

N° RG : 17/00328

N° MINUTE : 12

Assignation du :
15 décembre 2016

DEMANDERESSE

Société DU FIGARO SAS
14 Boulevard Haussmann
75009 PARIS

représentée par Maître Vincent FAUCHOUX de la SCP DEPREZ,
GUIGNOT & ASSOCIES, avocats au barreau de PARIS, vestiaire
#P0221

DÉFENDERESSE

Société ENTREPRENDRE SA
53 rue du Chemin Vert
92100 BOULOGNE BILLANCOURT

représentée par Me Francis DOMINGUEZ, avocat au barreau de
PARIS, vestiaire #C1536

COMPOSITION DU TRIBUNAL

Béatrice FOUCHARD-TESSIER, Premier Vice-Président Adjoint
Carine GILLET, Vice-Président
Florence BUTIN, Vice-Présidente

assistée de Marie-Aline PIGNOLET, Greffier

DEBATS

A l'audience du 07 Février 2017
tenue en audience publique

**Expéditions
exécutoires
délivrées le**

27/03/2017

JUGEMENT

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

EXPOSE DU LITIGE

La société du FIGARO est un groupe de presse français qui édite le quotidien français Le Figaro mais également plusieurs magazines parmi lesquels « JOURS DE FRANCE », qu'elle présente comme un magazine féminin consacré à l'actualité des stars qui contient des brèves, portraits, interviews ou articles relatifs à des célébrités ou à des événements mondains, des rubriques de mode et des reportages. En 1989, la publication papier de ce magazine a été suspendue avant de reprendre en 2011 en version numérique sur les sites www.lefigaro.fr et <http://joursdefrance.lefigaro.fr>, puis sous forme papier le 7 août 2013, de façon trimestrielle.

La société du FIGARO est propriétaire des marques suivantes :

-la marque verbale française JOURS DE FRANCE, déposée le 24 juillet 1968 et enregistrée sous le numéro 1514458 pour désigner en classes 3, 14, 16, 18, 24, 25, 28, 35 et 41 les produits et services de : *« savons, parfumerie, huiles essentielles, cosmétiques, lotions pour les cheveux, dentifrices. Métaux précieux et leurs alliages et objets en ces matières ou en plaqué (excepté coutellerie, fourchettes et cuillers), joaillerie, pierres précieuses ; horlogerie et autres instruments chronométriques. Papier, carton, articles en papier ou en carton (non compris dans d'autres classes) ; imprimés, journaux et périodiques, livres ; articles pour reliures ; photographies ; papeterie, matières adhésives (pour la papeterie) ; matériaux pour les artistes ; pinceaux ; machines à écrire et articles de bureau (à l'exception des meubles) ; matériel d'instruction ou d'enseignement (à l'exception des appareils) ; cartes à jouer ; caractères d'imprimerie ; clichés. Cuir et imitations cuir, articles en ces matières non comprises dans d'autres classes ; peaux, malles et valises, parapluies, parasols, fouets, harnais et sellerie. Tissus ; couvertures de lit et de table ; articles textiles non compris dans d'autres classes. Vêtements, y compris les bottes, les souliers et les pantoufles. Jeux, jouets ; articles de gymnastiques et de sport (à l'exception des vêtements) ; ornements et décorations pour arbres de Noël. Publicité et affaires. Education et divertissement ».*

-la marque verbale française JOURS DE FRANCE déposée le 13 juin 2013 et enregistrée sous le numéro 134013578 le 3 janvier 2014 pour désigner en classes 9, 16, 35 et 41 des produits et services de : *9- Publications digitales et enregistrements vidéos téléchargeables en ligne ou sur tout autre support tel que mobile, tablette ; supports d'enregistrement de données, de sons et/ou d'images notamment bandes magnétiques, vidéocassettes, disques acoustiques, disques compacts, disques compacts à mémoire figée dits " Cédéroms " et disques versatiles digitaux dits " DVD " ; logiciels, progiciels, applications informatiques bases de données ; données téléchargeables sur l'ordinateur, le téléphone mobile et la tablette telles que sonneries, sons, musiques, photographies, images, vidéos, logos, textes ; lunettes, montures de lunettes, étuis à lunettes, chaînes de lunettes, articles de lunetterie.*



16- *Journaux, revues, magazines, livres, imprimés, manuels, brochures promotionnelles, posters, albums à découper et à colorier, cartes postales, prospectus, guides ; photographies ; articles de papeterie ; articles de bureau (à l'exception des meubles), fournitures pour l'écriture ; matériel d'instruction ou d'enseignement (à l'exception des appareils).*

35- *Publicités notamment par le moyen de publi-rédactionnels pour le compte de tiers ; promotion de l'espace publicitaire (régie publicitaire) pour tous médias dont Internet, la presse, la radio et la télévision ; publication et diffusion d'annonces publicitaires, sur tout support, notamment dans la presse, à la radio, à la télévision et/ou sur les réseaux mondiaux de télécommunication (de type Internet) ou à accès privé ou réservé (de type Intranet) ; agences de publicité ; conseils en publicité, marketing et stratégies de communication (relations publiques) ; recherches et études de marché ; études et informations statistiques ; sondages d'opinion ; aide aux entreprises industrielles et commerciales dans leur stratégie de communication ; conseils en matière de supports médiatiques notamment presse, radio, télévision et réseaux mondiaux de télécommunication (de type Internet) ou à accès privé ou réservé (de type Intranet) ; réalisation et diffusion de matériel publicitaire (imprimé ou digital), tels que tracts, prospectus, échantillons, présentoirs, plaquettes, à savoir services de publicité » ;*

41- *« Divertissements notamment divertissements télévisés, radiodiffusés, multimédia et/ou sur les réseaux mondiaux de télécommunication (de type Internet) ou à accès privé ou réservé (de type Intranet) ; conception, production et montage de programmes radiophoniques et de télévision et d'œuvres audiovisuelles ; organisation de compétitions sportives ; organisation de manifestations sportives et culturelles ; organisation de jeux et concours (éducation ou divertissement) ; organisation d'expositions, colloques et salons ; services destinés à la récréation du public ; services d'édition et de diffusion (publication) de textes (autres que publicitaires), de livres, de publications, sous toutes formes, notamment digitale ; services d'enregistrement des sons et des images (studios d'enregistrement et filmage sur bandes vidéo) et services de montage bandes vidéo ; service de reporters ; reportages y compris photographiques ».*

Au cours du dernier trimestre de l'année 2010, la société du FIGARO a découvert que la société ENTREPRENDRE, immatriculée le 19 février 2009 et ayant notamment pour activité l'édition, la presse, la communication et la publicité, avait publié un magazine mensuel intitulé « JOUR DE FRANCE » (au singulier) dont le premier numéro était paru en novembre 2010, et auparavant avait procédé au dépôt de la marque verbale « JOUR DE FRANCE » n° 3211668 le 25 février 2003, pour désigner en classe 16 notamment des « journaux - livres - revues ». Sur l'action en nullité de cette marque engagée par la société du FIGARO, un jugement rendu le 18 décembre 2014 a déclaré celle-ci déchue de ses droits sur la marque n°1514458 à compter du 7 décembre 2013 et dit que son action en contrefaçon dirigée contre la marque seconde JOUR DE FRANCE n°3211668 était dès lors irrecevable.



Ce jugement a été réformé par un arrêt rendu par la cour d'appel de Paris le 20 novembre 2015, qui a jugé notamment que l'action en nullité formée à l'encontre du dépôt litigieux était prescrite, mais que la société du FIGARO avait repris l'exploitation du signe « JOURS DE FRANCE » de sorte qu'elle n'encourait pas la déchéance de ses droits, et que la société ENTREPRENDRE avait commis des actes de contrefaçon en exploitant la marque « JOUR DE FRANCE » n° 3211668- la condamnant à une somme de 70.000 euros à titre de dommages et intérêts de ce chef- ainsi que des actes de concurrence déloyale et parasitaires.

La marque n° 3211668 est enregistrée pour désigner en classes 16, 35, 38 et 41 des produits et services de:

Papier, carton ; produits de l'imprimerie ; articles pour reliures ; photographies ; papeterie ; adhésifs (matières collantes) pour la papeterie ou le ménage ; matériel pour les artistes ; pinceaux, machines à écrire et articles de bureau (à l'exception des appareils et des meubles) ; matières plastiques pour l'emballage sous forme de sacs, sachets, pochettes, enveloppes, films et feuilles (non comprises dans d'autres classes) ; clichés, journaux - livres - revues. Publicité : gestion des affaires commerciales, administration commerciale : travaux de bureau. Distribution de prospectus, d'échantillons. Services d'abonnement de journaux pour des tiers. Conseils, informations ou renseignements d'affaires. Comptabilité. Reproduction de documents. Bureaux de placement. Gestion de fichiers informatiques. Organisation d'expositions à buts commerciaux ou de publicité. Télécommunications. Agences de presse et d'informations. Communications par terminaux d'ordinateur. Education ; formation ; divertissement ; activités sportives et culturelles. Editions de livres, de revues. Prêts de livres. Production de spectacles, de films. Agences pour artistes. Location de films, d'enregistrements pornographiques, d'appareils de projection de cinéma et accessoires de décors de théâtre. Organisation de concours en matière d'éducation ou de divertissement. Organisation et conduite de colloques, conférences, congrès. Organisation d'expositions à buts culturels ou éducatifs.

Découvrant au cours du premier semestre 2016 que la société ENTREPRENDRE avait décidé d'éditer un nouveau magazine mensuel intitulé JOURNAL DE FRANCE, et avait le 25 novembre 2015, demandé l'enregistrement de la marque « JOURNAL DE FRANCE », notamment pour des produits de la classe 16, la société du FIGARO a formé opposition à cette demande et par décision du 12 août 2016, l'INPI constatant l'existence d'un risque de confusion entre les signes en présence concernant certains des produits et services visés dans la demande d'enregistrement, a considéré l'opposition justifiée notamment pour les « *produits de l'imprimerie, livres, journaux, prospectus* » pour lesquels la demande d'enregistrement a été rejetée. La marque « JOURNAL DE FRANCE » a dans ces conditions été enregistrée le 30 septembre 2016 sous le numéro 4228534 pour désigner des produits et services en classes 16, 35, 38 et 41.

La société ENTREPRENDRE a interjeté appel de la décision précitée du directeur de l'INPI.

Enfin la société ENTREPRENDRE a déposé le 10 mars 2016, une deuxième demande visant à obtenir l'enregistrement d'un signe semi figuratif « JOURNAL DE FRANCE » pour désigner notamment des « *produits de l'imprimerie, livres, journaux* » et divers autres produits de la classe 16 ainsi que des services des classes 35, 38 et 41.



JOURNAL DE FRANCE

La société du FIGARO a également formé opposition à cette demande d'enregistrement et par décision du 30 novembre 2016, l'INPI a relevé qu'il existait de grandes ressemblances d'ensemble et que la présentation du signe contesté en lettres blanches et dans un cadre rouge, n'altérerait pas le caractère essentiel et immédiatement perceptible des termes « JOURNAL DE FRANCE » de sorte qu'un risque de confusion existait entre les signes en présence. L'opposition a donc été accueillie pour une série de produits et services visés dans l'enregistrement parmi lesquels « *affiches ; albums ; cartes ; livres ; prospectus ; calendriers ; instruments d'écriture ; instruments de dessin ; Publicité ; diffusion de matériel publicitaire (tracts, prospectus, imprimés, échantillons) ; services d'abonnement à des journaux (pour des tiers) ; présentation de produits sur tout moyen de communication pour la vente au détail* ».

Constatant que la publication du magazine JOURNAL DE FRANCE était néanmoins poursuivie et intervenait selon elle de surcroît dans des conditions aggravant le risque de confusion par un agencement de la couverture masquant partiellement les dernières lettres du mot « journal » du titre, la société du Figaro a par acte d'huissier du 15 décembre 2016, y étant préalablement autorisée par ordonnance du 5 décembre 2016, fait assigner à jour fixe la société ENTREPRENDRE en contrefaçon de marque et actes de parasitisme, formulant les demandes suivantes:

Vu l'article L 713-3 du code de la propriété intellectuelle,

Vu l'article 1240 du code civil,

JUGER recevable l'action de la société du FIGARO ;

JUGER que la société ENTREPRENDRE a commis des actes de contrefaçon en utilisant le signe JOURNAL DE FRANCE sur des magazines papier ou téléchargeables et sur des posters;

JUGER que la société ENTREPRENDRE a commis des actes de parasitisme en tentant de rapprocher l'apparence visuelle du titre JOURNAL DE FRANCE qu'elle édite de celle du magazine JOURS DE FRANCE édité par la société du FIGARO ;

En conséquence :

FAIRE INTERDICTION à la société ENTREPRENDRE de publier ou de faire la promotion de tout magazine portant le signe «JOURNAL DE FRANCE» ou tout autre signe reproduisant ou imitant la marque « JOURS DE FRANCE» de la société du FIGARO, à quelque titre que ce soit, sur quelque support que ce soit (papier, digital, poster) sous astreinte de cinq cents (500) euros par infraction constatée dans un délai de dix (10) jours à compter de la signification du jugement à intervenir ;

ORDONNER à la société ENTREPRENDRE de procéder à ses frais exclusifs au retrait de tous les éléments visuels (supports publi-promotionnels, pages internet, publications sur les réseaux sociaux, vidéos etc.) présentant le magazine litigieux JOURNAL DE FRANCE – publiés après le 3 janvier 2014 - , sous astreinte de cinq cent (500) euros par infraction constatée dans les trente (30) jours à compter de la signification du jugement à intervenir;



CONDAMNER la société ENTREPRENDRE à payer à la société du FIGARO, une somme de 200.000 € au titre du préjudice résultant des actes de contrefaçon de marque ;

CONDAMNER la société ENTREPRENDRE à payer à la société du FIGARO, une somme de 200.000 € au titre des actes de parasitisme ;

ORDONNER la publication du communiqué suivant aux frais de la société ENTREPRENDRE, dans trois revues au choix de la société du FIGARO à concurrence de cinq mille euros hors taxes (5.000 € HT) par insertion, ainsi que sur l'écran auquel accède l'internaute sur la page d'accueil du site internet www.lafontpresse.fr, pendant une période ininterrompue de trente (30) jours, et ce, sous astreinte de deux mille (2.000) € par jour de retard passé un délai de quinze (15) jours à compter de la signification de la décision à intervenir :

« Par jugement du _____ le Tribunal de grande instance de Paris a jugé que la société Entreprendre a commis des actes de contrefaçon de marque et des actes de parasitisme au détriment de la société du Figaro, en proposant à la vente le magazine JOURNAL DE FRANCE, dans le seul but de bénéficier de la notoriété du célèbre magazine JOURS DE FRANCE, créé en 1954 et édité par la société du Figaro » ;

CONDAMNER la société ENTREPRENDRE à payer à la société du FIGARO, une somme de 20.000 € au titre de l'article 700 du code de procédure civile et de la condamner aux entiers dépens de la procédure ;

ORDONNER l'exécution provisoire de la décision à intervenir .

La société du FIGARO expose pour l'essentiel au soutien de ces demandes que :

-la vente par la société ENTREPRENDRE du magazine intitulé « JOURNAL DE FRANCE» porte atteinte aux droits que la société du FIGARO détient sur la marque française « JOURS DE FRANCE» enregistrée le 3 janvier 2014 et caractérise des actes de contrefaçon au sens de l'article L. 713-3b) du code de la propriété intellectuelle, l'usage d'un signe quasi-identique à une marque en relation avec des produits identiques sont de toute évidence générateurs de confusion dans l'esprit du public,

-les conditions dans lesquelles le magazine « JOURNAL DE FRANCE » est présenté (notamment sur internet) est exploité, l'axe éditorial choisi et les conditions dans lesquelles sa promotion est organisée, caractérisent des actes de parasitisme au sens de l'article 1240 du code civil.

La société ENTREPRENDRE présente, aux termes de ses conclusions notifiées par voie électronique le 3 février 2017, les demandes suivantes:

VU L'ARTICLE 713-3 du code de la propriété intellectuelle,

VU LA JURISPRUDENCE,

VU LES PIECES VERSEES AUX DEBATS,

RECEVOIR au fond si besoin, la société ENTREPRENDRE en ses conclusions en défense et ses demandes reconventionnelles et l'y déclarer recevable,

EN CONSEQUENCE,



DIRE ET JUGER que la société ENTREPRENDRE n'a pas commis d'actes de contrefaçon en utilisant le signe JOURNAL DE FRANCE, ni d'acte de parasitisme en l'absence de rapprochement entre l'apparence du titre JOURNAL DE FRANCE de la société ENTREPRENDRE, et le titre JOURS DE FRANCE de la société du FIGARO ;

DEBOUTER la société du FIGARO de l'ensemble de ses demandes, fins et prétentions à l'encontre de la société ENTREPRENDRE ;

SUBSIDIAIREMENT,

SURSEOIR A STATUER dans l'attente de l'arrêt de la Cour de cassation dans l'affaire opposant la société ENTREPRENDRE à la société du FIGARO pour les marques JOUR DE FRANCE et JOURS DE FRANCE ;

EN TOUT ETAT DE CAUSE,

CONDAMNER la société LE FIGARO à verser à la société ENTREPRENDRE une somme de 3.000 euros pour procédure abusive ;

CONDAMNER la société LE FIGARO au paiement d'une somme de 10.000 euros au titre de l'article 700 du code de procédure civile ;

CONDAMNER la même aux entiers dépens qui seront recouverts par Maître DOMINGUEZ conformément à l'article 699 du code de procédure civile.

La société ENTREPRENDRE expose pour l'essentiel que:

-c'est lorsque les ventes du magazine JOUR DE FRANCE édité par celle-ci prenaient de l'envergure que la société du FIGARO annonçait par un communiqué de presse en date du 22 juillet 2013, la « relance sous format papier » du magazine intitulé également JOURS DE FRANCE, dont le premier numéro trimestriel est paru le 7 août 2013,
-la société ENTREPRENDRE a formé un pourvoi contre la décision de la cour d'appel en raison d'une contrariété de motifs entre les décisions rendues, et la procédure est toujours pendante devant la Cour de cassation,

-un magazine intitulé UN JOUR EN FRANCE en tous points similaire au magazine JOURNAL DE FRANCE et édité par la société RIVIERA MEDIA INVEST depuis le mois de juillet 2016, ne suscite aucune réaction de la demanderesse qui n'allègue pas d'atteinte à sa marque ou son signe JOURS DE FRANCE de ce chef,

-les termes JOUR / JOURNAL / FRANCE dans des combinaisons différentes sont utilisés par d'autres publications,

-il ressort du dispositif de la décision de la cour d'appel précitée, objet d'une rectification d'erreur matérielle quant à la portée de l'interdiction prononcée, que la société ENTREPRENDRE s'est vue confirmer le droit d'utiliser les termes « JOUR » et « FRANCE » de manière autonome ou associé à d'autres termes dans tout signe distinctif,

-les signes sont différents d'un point de vue visuel et intellectuel, et d'un point de vue phonétique les signes JOURNAL DE FRANCE et JOURS DE FRANCE, n'ont pas le même nombre de syllabes, et une sonorité différente,

-l'aspect global du signe dans le contexte de son insertion ne laisse aucun doute sur la différenciation qui peut en être faite par un consommateur,

-s'agissant des demandes indemnitaires, il revient à la société du FIGARO d'établir que l'atteinte à la marque et à son image a un impact quantifiable sur l'activité de l'entreprise,

-la procédure est engagée de façon abusive.



L'affaire a été plaidée le 7 février 2017.

Pour un exposé complet de l'argumentation des parties il est, conformément à l'article 455 du code de procédure civile, renvoyé à leurs dernières conclusions précitées.

MOTIFS :

1-Demande de sursis à statuer :

Bien que présentée à titre subsidiaire par la société ENTREPRENDRE cette demande -qui n'est ni explicitée ni clairement motivée dans le corps de ses conclusions- doit nécessairement être examinée avant qu'il soit statué au fond sur les prétentions de la société du FIGARO.

Selon l'article 378 du code de procédure civile, la décision de sursis à statuer suspend le cours de l'instance pour le temps ou jusqu'à la survenance de l'événement qu'elle détermine. Hors des cas expressément prévus par la loi, elle peut être prononcée dans l'intérêt d'une bonne administration de la justice si l'issue d'une autre procédure est susceptible d'avoir une incidence directe sur la solution du litige.

La société ENTREPRENDRE sollicite le bénéfice d'un sursis à statuer dans l'attente de l'arrêt de la Cour de cassation devant être rendu dans l'affaire opposant la société ENTREPRENDRE à la société du FIGARO et relatif aux marques JOURS DE FRANCE n° 1514458 et JOUR DE FRANCE n°3211668, indiquant que son pourvoi se fonde sur « *la contrariété évidente des motifs entre les décisions rendues* » en premier ressort et par la cour d'appel.

Selon son mémoire ampliatif versé aux débats par la société du FIGARO (pièce 12), il est notamment fait grief à la cour d'appel d'avoir sans que cette question n'ait été débattue, et à la différence du tribunal ayant considéré que devaient être examinés les usages de la marque litigieuse intervenus du 7 décembre 2008 au 7 décembre 2013 soit dans les 5 ans précédant 3 mois écoulés avant la demande en déchéance, apprécié l'existence d'actes d'exploitation sur une période de référence s'étendant du 4 décembre 2013 au 4 mars 2014, et ce sans vérifier si le titulaire de la marque avait eu connaissance de l'éventualité d'une telle action.

Indépendamment des mérites de ce pourvoi qu'il n'appartient évidemment pas au tribunal d'apprécier, il suffit d'observer -ainsi qu'il ressort explicitement des termes de l'assignation à défaut d'apparaître au dispositif de celle-ci- que les demandes sont fondées sur la seule marque JOURS DE FRANCE n°4013578, laquelle n'est en l'état visée par aucune action remettant en cause sa validité.

L'incidence de la décision à venir sur la solution du présent litige n'est ainsi pas démontrée.

Sur le second moyen invoqué à l'audience au soutien de la demande de sursis à statuer, et tenant aux recours formés à l'encontre des décisions du directeur de l'INPI mentionnées plus haut, la défenderesse ne produit aucune pièce justifiant de l'état d'avancement de ces procédures ni des questions en débat de sorte qu'il est impossible au tribunal d'apprécier, par référence aux critères précités, si la mesure sollicitée procède d'une bonne administration de la justice.



Le sursis à statuer sur les demandes de la société du FIGARO n'a dès lors pas lieu d'être ordonné.

2-Actes de contrefaçon :

La société du FIGARO soutient qu'en commercialisant et en faisant la promotion du magazine JOURNAL DE FRANCE tant sur support papier qu'en version numérique téléchargeable en ligne, la société ENTREPRENDRE a utilisé le signe JOURNAL DE FRANCE dans la vie des affaires et a porté atteinte aux droits détenus sur la marque antérieure JOURS DE FRANCE n°4013578.

La demanderesse invoquant une contrefaçon par imitation de sa marque, les atteintes alléguées doivent être appréciées par référence à l'article L.713-3 b) du code de la propriété intellectuelle disposant 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 y a lieu de rechercher si au regard du degré de similitude entre les signes et entre les produits et services désignés il existe, compte tenu de tous les facteurs pertinents au cas d'espèce, un risque de confusion comprenant un risque d'association dans l'esprit du public concerné.

** Comparaison des produits et services :*

Sont visés au dépôt de la marque première des « Publications digitales et enregistrements vidéos téléchargeables » en classe 9 et des « Journaux, revues, magazines, posters » en classe 16.

La société ENTREPRENDRE utilise le signe second « JOURNAL DE FRANCE » dans le cadre de la publication sur support papier et en ligne d'un magazine et d'offres d'abonnement.

Les produits et services proposés sous les signes « JOURS DE FRANCE » et « JOURNAL DE FRANCE » sont donc identiques.

**Comparaison des signes :*

L'appréciation de la similitude visuelle, auditive 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, étant rappelé que cette comparaison s'opère par référence à la marque première telle que déposée indépendamment des conditions de son exploitation.

D'un point de vue visuel, les signes en conflit sont tous deux composés de trois mots en lettres capitales et ne diffèrent que par les trois dernières lettres du terme d'attaque « s » dans la marque première et « nal » dans l'expression « JOURNAL DE FRANCE ». Cette différence se situant en partie centrale du signe, elle ne s'impose pas immédiatement au regard de sorte que les signes doivent être considérés comme visuellement très similaires.

Si le rythme n'est phonétiquement pas le même, puisque la marque se compose de 3 syllabes contre 4 pour le signe second, ce qui dans le cas d'un intitulé court représente une différence significative, il existe en revanche une évidente proximité auditive constituée par les premières et deux dernières syllabes qui ont des sonorités identiques.



Enfin et contrairement à ce que soutient à cet égard la société ENTREPRENDRE, les termes « jours » et « journal » ne peuvent être considérés comme renvoyant intellectuellement à des concepts différents puisque l'écoulement du temps, en lien avec l'idée du quotidien, est spontanément évocateur de l'actualité et d'un support écrit permettant la relation d'événements sur une période définie, laquelle n'est pas nécessairement une journée.

La similitude de construction de chacune des locutions composées de « JOURS » ou « JOURNAL » et « DE FRANCE », à laquelle s'ajoute cette proximité conceptuelle, est ainsi génératrice d'un risque de confusion d'autant plus important que tant le terme d'attaque que l'expression « DE FRANCE », classiquement utilisée pour conférer à son objet une dimension nationale ou prestigieuse, sont -ainsi qu'en témoigne le nombre de publication dont le titre reprend tout ou partie de ces éléments verbaux tels « *un jour en France* », « *les jours* » « *le journal de la France* » - très faiblement distinctifs, et qu'il s'agit d'un public d'attention moyenne confronté à un choix abondant de magazines se rattachant à la catégorie dite « *people* » ou de « *l'actualité heureuse* ». Le risque de confusion est enfin renforcé par la connaissance acquise par les consommateurs du titre associé à la marque « JOURS DE FRANCE » dont le premier exemplaire est paru en 1954.

Les actes de contrefaçon apparaissent dès lors constitués.

3-Actes de concurrence parasitaire :

Sanctionnés sur le fondement de la responsabilité délictuelle, les agissements parasitaires se définissent comme consistant, de façon lucrative et injustifiée, à s'approprier la valeur économique acquise par autrui au moyen d'un savoir-faire, d'un travail de création, de recherches ou d'investissements, créant ainsi un trouble commercial de façon à en retirer un avantage concurrentiel.

Ils supposent la commission d'une faute et l'existence d'un préjudice résultant des actes reprochés.

La société du FIGARO soutient que la défenderesse s'est livrée à des actes de parasitisme en cherchant, par la présentation choisie de son magazine « JOURNAL DE FRANCE », à se placer dans son sillage afin de bénéficier indûment de sa notoriété et d'une réputation de prestige non seulement acquise de longue date mais aussi, entretenue au prix d'investissements très importants qui se sont élevés à 1.939.000 euros au cours des trois dernières années. A ce titre sont notamment invoqués l'utilisation d'un bandeau de couleur rouge sur lequel le titre apparaît en lettres capitales blanches, ce qui correspond à l'ancienne présentation de « JOURS DE FRANCE », la ligne éditoriale rapportant « *l'actualité heureuse* » -expression de la demanderesse- ou « *du bon côté* » selon la communication de la société ENTREPRENDRE- en rupture avec la majorité des publications de la presse sensationnelle et enfin plus récemment, l'évolution progressive de l'aspect visuel de la couverture en vue d'occulter les lettres « NAL DE » par la mise en avant du visage des célébrités représentées combinée avec l'utilisation de ces numéros pour la promotion du magazine.



La présentation du titre d'un magazine en lettres blanches sur fond rouge est comme en témoignent les exemples évoqués dans les écritures adverses, et relatifs à de nombreuses publications de la société ENTREPRENDRE, d'une parfaite banalité tout comme le fait de montrer en page de couverture le visage d'une célébrité. De même, la distinction opérée entre des choix éditoriaux privilégiant l'actualité dite « *heureuse* » ou « *sensationnelle* » n'est pas un élément très significatif s'agissant de variantes de la presse dite « *people* ».

Il est en revanche manifeste qu'en adoptant de façon fréquente, alors qu'elle a précédemment été sanctionnée en raison de l'utilisation du signe « JOUR DE FRANCE », une présentation de son magazine avec un agencement des éléments de la couverture permettant de masquer l'élément visuel « NAL » différenciant les deux titres, et en fondant précisément sa communication promotionnelle sur les numéros concernés par cette présentation, la société ENTREPRENDRE a volontairement tenté de se rapprocher de l'apparence visuelle de la publication « JOURS DE FRANCE » et de bénéficier de sa notoriété (pièces 13 et 19 SDF pour les exemples de couvertures et 24 pour l'étude de notoriété, attestant de l'impact de l'ancienneté du titre sur celle-ci puisque la proportion la plus élevée d'interviewés connaissant le magazine se situe dans la tranche 50-64 ans). La société ENTREPRENDRE n'oppose d'ailleurs aucun argument en défense sur ce point.

Les comportements fautifs invoqués par la société du FIGARO sont en conséquence avérés.

Comme le fait cependant observer à juste titre la société ENTREPRENDRE, la demanderesse ne fournit aucun élément attestant de ce que ce comportement lui a été préjudiciable que ce soit en termes d'image attachée au magazine « JOURS DE FRANCE » ou d'impact négatif sur le volume de ses ventes. Elle ne démontre donc pas l'existence d'une captation de valeur économique issue de sa visibilité, de ses efforts promotionnels ou de ses investissements, de sorte que les actes de parasitisme invoqués ne sont pas établis.

La société du FIGARO sera donc déboutée des demandes qu'elle présente de ce chef.

4-Mesures réparatrices et indemnitaires :

L'article L.716-14 du code de la propriété intellectuelle définit les critères d'appréciation du préjudice résultant de la contrefaçon et pose le principe selon lequel sont pris en considération distinctement les conséquences économiques négatives de l'atteinte portée à la marque, le préjudice moral de la partie lésée et les bénéfices réalisés par le contrefacteur.

En l'absence de tout élément établissant l'existence de conséquences économiques subies par la société du FIGARO du fait des agissements litigieux et de données relatives aux ventes de la société ENTREPRENDRE, la demanderesse n'est fondée à se prévaloir que d'une atteinte à la valeur patrimoniale de sa marque qui a été diluée dans le cadre d'un usage concurrent.

Une somme de 10.000 euros lui sera allouée de ce chef à titre de dommages et intérêts.



L'existence d'un préjudice moral n'est pas démontrée et ne peut donner lieu à la réparation réclamée.

Les mesures d'interdiction sollicitées, qui doivent être réduites dans leur portée au seul usage de la locution « JOURNAL DE FRANCE », et impliquent nécessairement le retrait des éléments visuels présentant le magazine litigieux JOURNAL DE FRANCE qu'ils soient ou non diffusés après la date d'enregistrement de la marque opposée, seront ordonnées selon les modalités indiquées au dispositif sans qu'il soit justifié de faire droit à demande de publication.

4-Demande reconventionnelle au titre de la procédure abusive :

La société du FIGARO, dont les prétentions sont partiellement accueillies, ne peut se voir reprocher l'engagement d'une procédure abusive.

La demande indemnitaire formée sur ce fondement doit donc être rejetée.

La société ENTREPRENDRE, partie perdante, supportera la charge des dépens et sera condamnée à verser à la société du FIGARO, 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 6.000 euros.

L'exécution provisoire n'étant pas justifiée au cas d'espèce, elle n'a pas lieu d'être ordonnée.

PAR CES MOTIFS

Le tribunal, statuant publiquement par jugement mis à disposition au greffe, contradictoire et en premier ressort,

DIT n'y avoir lieu de surseoir à statuer sur les demandes de la société du FIGARO à l'encontre de la société ENTREPRENDRE ;

DIT qu'en utilisant le signe « JOURNAL DE FRANCE » pour désigner des magazines papier ou téléchargeables et sur des posters en assurant la promotion, la société ENTREPRENDRE a commis des actes de contrefaçon de la marque « JOURS DE FRANCE » n° 134013578 ;

FAIT INTERDICTION à la société ENTREPRENDRE de publier ou de faire la promotion de tout magazine sous le signe « JOURNAL DE FRANCE » sur quelque support que ce soit, ce sous astreinte de 100 euros par infraction constatée passé un délai de deux mois à compter de la signification du jugement à intervenir ;

CONDAMNE la société ENTREPRENDRE à payer à la société du FIGARO, une somme de 10.000 € au titre du préjudice résultant des actes de contrefaçon de marque ;

DEBOUTE la société du FIGARO de ses demandes au titre des actes de parasitisme ;



REJETTE la demande reconventionnelle de la société
ENTREPRENDRE au titre de la procédure abusive ;

CONDAMNE la société ENTREPRENDRE à payer à la société du
FIGARO une somme de 6.000 euros en application des dispositions de
l'article 700 du code de procédure civile ;

CONDAMNE la société ENTREPRENDRE aux dépens ;

DIT n'y avoir lieu d'ordonner l'exécution provisoire.

Fait et jugé à Paris le 24 mars 2017

Le Greffier

A large, stylized handwritten signature in black ink, appearing to read 'Jio' followed by a long horizontal flourish.

Le Président

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'B.T.' followed by a horizontal flourish.