

**TRIBUNAL  
DE GRANDE  
INSTANCE  
DE PARIS**



3ème chambre 1ère  
section

**JUGEMENT**  
**rendu le 02 mars 2017**

N° RG : 16/13458

N° MINUTE : 10

Assignation du :  
06 septembre 2016

**DEMANDERESSE**

**Société THE PROCTER & GAMBLE COMPANY, agissant  
poursuites et diligences de ses représentants légaux**

One Procter & Gamble Plaza  
Ohio  
45202 CINCINNATI (ETATS UNIS)

représentée par Me Juliette BERTRAND, avocat au barreau de PARIS,  
vestiaire #D1976

**DÉFENDEUR**

**Monsieur Ariel AMSELLEM**  
12 rue Poirier  
94160 SAINT MANDÉ

non comparant

**COMPOSITION DU TRIBUNAL**

Marie-Christine COURBOULAY, Vice Présidente  
Julien RICHAUD, Juge  
Aurélié JIMENEZ, Juge

assistée de Léa ASPREY, Greffier

**DEBATS**

A l'audience du 23 janvier 2017  
tenue en audience publique

**JUGEMENT**

Prononcé publiquement par mise à disposition au greffe  
Réputé contradictoire  
en premier ressort

**Expéditions  
exécutoires  
délivrées le : 03/03/2017**

## **FAITS ET PRÉTENTIONS DES PARTIES**

### **Les parties**

La société THE PROCTER & GAMBLE COMPANY, fondée en 1905 aux Etats-Unis, était spécialisée à l'origine dans la fabrication et la commercialisation de savons et de bougies et a diversifié son activité pour devenir l'un des leaders mondiaux dans le secteur de l'hygiène et de la beauté.

Elle conçoit et distribue notamment des produits de grande consommation.

La société THE PROCTER & GAMBLE COMPANY est à l'origine du produit de lessive ARIEL, qui occupe depuis son lancement en 1968 la première place sur le marché des lessives et des produits d'entretien du linge, notamment en France.

A ce titre, elle est propriétaire de la marque française ARIEL n°1 380 610, déposée le 20 novembre 1986 en renouvellement de la marque ARIEL n° 1003228 du 3 décembre 1976, elle-même déposée en renouvellement du dépôt original de la marque ARIEL n°728956 du 31 janvier 1967, et renouvelée en dernier lieu par déclaration du 5 septembre 2006, pour désigner les :

« Préparations pour blanchir et autres substances pour lessiver, préparation pour nettoyer, polir, dégraisser, abraser et récurer, préparations pour tremper et rincer, produits de blanchisserie et produits auxiliaires de blanchisserie en général. » de la classe 3.

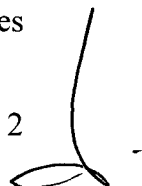
La société THE PROCTER & GAMBLE COMPANY est également titulaire d'un grand nombre de marques désignant les déclinaisons du produit ARIEL, telles que ARIEL COLOR, ARIEL BRILLIANT, ARIEL LIQUIDE, ARIEL BABY, ARIEL STYLE, ARIEL ESSENTIAL, ARIEL PURETE & DOUCEUR. pour n'en citer que quelques-unes et considère la marque ARIEL comme une marque ombrelle.

Elle dit avoir lancé en 2013 un important programme de recherche scientifique dénommé « P&G Future Fabrics », consacré à la science des fibres et visant à maintenir la beauté et la longévité des textiles, que ce programme aurait fait intervenir la marque ARIEL, et aurait été développé en étroite collaboration avec des industriels du secteur du textile et des tissus, du design et de la mode. Il aurait été présenté lors d'événements organisés à Milan, Berlin, Barcelone et aurait fait depuis l'objet d'une intense communication sur internet et les réseaux sociaux, y compris en France.

Monsieur Ariel AMSELLEM intervient dans le secteur du textile et dirige à ce titre une dizaine de sociétés, parmi lesquelles la société BODY ONE, dont l'enseigne est COMPAGNIE DE LA LINGERIE et qui est spécialisée dans le commerce de détail d'habillement.

Il est titulaire des marques suivantes :

Il a récemment déposé et enregistré en son nom personnel les marques françaises :



- ARIEL FABRICS n° 15 4 172 127, déposée le 9 avril 2015 pour désigner les « Tissus ; couvertures de lit ; tissus à usage textile ; tissus élastiques ; velours ; linge de lit ; linge de maison ; linge de table non en papier ; linge de bain (à l'exception de l'habillement) » de la classe 24,

- ARIEL TISSUS n° 15 4 172 134, déposée le 9 avril 2015 pour désigner les mêmes produits.

### Le litige

Dès lors, par lettre recommandée adressée le 27 mai 2015 à monsieur Ariel AMSELLEM, le conseil en propriété industrielle de la société THE PROCTER & GAMBLE COMPANY a fait valoir les droits de cette dernière sur la marque ARIEL et sollicité le retrait des marques ARIEL FABRICS et ARIEL TISSUS.

En l'absence de réponse, la société THE PROCTER & GAMBLE COMPANY a formé opposition à l'enregistrement de ces marques devant l'INPI le 1er juillet 2016.

Le 29 décembre 2015, le Directeur Général de l'INPI a retenu l'existence d'un risque de confusion entre les signes ARIEL et ARIEL FABRICS, d'une part, ARIEL et ARIEL TISSUS, d'autre part, mais rejeté les oppositions formées par la société THE PROCTER & GAMBLE en écartant toute similarité entre les produits en cause ;

Entre-temps, le 13 novembre 2015, le conseil de la société THE PROCTER & GAMBLE COMPANY a de nouveau contacté monsieur Ariel AMSELLEM afin de lui proposer une solution amiable consistant à procéder au dépôt de marques reprenant son nom patronymique, à savoir ARIEL AMSELLEM FABRICS et ARIEL AMSELLEM TISSUS et ainsi éviter toute confusion avec la marque antérieure ARIEL.

Ce dernier n'a pas répondu à ce courrier.

C'est dans ces conditions que la société THE PROCTER & GAMBLE COMPANY a fait assigner monsieur Ariel AMSELLEM, par acte du 6 septembre 2016, devant le tribunal de grande instance de Paris aux fins de :

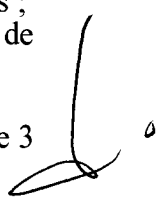
Et par application, entre autres, des articles L.713-5, L.711-4, et L.714-3 du code de la propriété intellectuelle, 1382 du Code civil, ainsi qu'au vu des pièces versées aux débats dont le bordereau est annexé à la présente assignation :

- Dire et juger la société THE PROCTER & GAMBLE COMPANY recevable et bien fondée en ses demandes.

Et y faisant droit :

- Prononcer la nullité de :

\* la marque verbale française ARIEL FABRICS n° 15 4 172 127, déposée le 9 avril 2015 et enregistrée pour désigner les « Tissus ; couvertures de lit ; tissus à usage textile ; tissus élastiques ; velours ; linge de lit ; linge de maison ; linge de table non en papier ; linge de bain (à l'exception de l'habillement) » de la classe 24,



- la marque verbale française ARIEL TISSUS n° 15 4 172 134, déposée le 9 avril 2015 et enregistrée pour désigner les « Tissus ; couvertures de lit ; tissus à usage textile ; tissus élastiques ; velours ; linge de lit ; linge de maison ; linge de table non en papier ; linge de bain (à l'exception de l'habillement) » de la classe 24,

- Interdire à monsieur Ariel AMSELLEM de faire usage de la marque ARIEL, directement ou indirectement par toute personne physique ou morale interposée, et notamment :

\* d'apposer la marque ARIEL sur quelque produit ou conditionnement que ce soit,

\* d'offrir, de mettre dans le commerce ou de détenir tout produit revêtu de la marque ARIEL et d'offrir tous produits sous cette marque,

\* d'importer ou d'exporter tous produits sous cette marque,

\* de reproduire la marque ARIEL, sur tout document commercial ou de publicité, et ce sous astreinte de 500 euros par jour de retard à compter de la signification de la décision à intervenir.

- Dire que le jugement à intervenir sera inscrit au registre national des marques tenu par l'Institut National de la Propriété Industrielle, sur réquisition du greffier ou la diligence de l'une des parties, en application des articles R.714-2 et R.714-3 du code de la propriété intellectuelle.

- Condamner monsieur Ariel AMSELLEM à verser à la société THE PROCTER & GAMBLE COMPANY la somme de 10.000 euros, au titre du préjudice subi par cette dernière du fait du dépôt des marques françaises ARIEL FABRICS n° 15 4 172 127 et ARIEL TISSUS n° 15 4 172 134.

- Ordonner l'exécution provisoire du jugement à intervenir, nonobstant appel et sans constitution de garantie, en raison des atteintes portées aux droits et intérêts des sociétés demanderessees qui ne sauraient se perpétuer sans leur causer un grave préjudice.

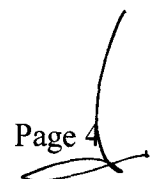
- Condamner monsieur Ariel AMSELLEM à verser à la société THE PROCTER & GAMBLE COMPANY la somme de 7.000 euros, au titre de l'article 700 du code de procédure civile, quitte à parfaire.

- Condamner monsieur Ariel AMSELLEM en tous les dépens de l'instance, dont distraction au profit de Maître Juliette Bertrand, en application de l'article 699 du code de procédure civile.

Assigné selon les formes de l'article 658 du code de procédure civile, monsieur Ariel AMSELLEM n'a pas constitué avocat ; un jugement réputé contradictoire sera rendu conformément aux dispositions de l'article 473 du code de procédure civile.

**La clôture a été prononcée le 13 décembre 2016.**



Page 4 

### MOTIFS

Conformément aux dispositions de l'article 472 du code de procédure civile, en l'absence du défendeur, il ne sera fait droit à la demande que dans la mesure où le juge l'estime régulière, recevable et bien fondée.

*sur la renommée de la marque française nominative ARIEL  
n°1 380 610*

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 services non similaires à ceux désignés dans l'enregistrement engage la responsabilité 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 ».

Ces dispositions sont la transposition en droit français l'article 5,§2 de la Directive communautaire n°2008/95 et instaurent au profit de la marque renommée une protection spéciale, justifiée par le pouvoir d'attraction propre dont elle dispose, indépendamment des produits et services qu'elle vise, afin de prévenir ou faire cesser la banalisation et l'affaiblissement de son caractère distinctif.

Conformément aux arrêts de la CJCE du 14 septembre 1999, General Motors c. Yplon SA, C-375/97 et du 27 novembre 2008, Intel Corporation Inc. c. CPM UK Ltd, C-252/07, la renommée d'une marque suppose pour être reconnue que soit prouvé un degré de connaissance du public concerné c'est-à-dire que soit prouvé que la marque est connue d'une fraction significative du public concerné par les produits ou services couverts par cette marque.

Pour ce faire, il est nécessaire de prendre en considération tous les éléments pertinents de la cause : la part de marché détenue par la marque, l'intensité, l'étendue géographique et la durée de son usage, ainsi que l'importance des investissements réalisés pour la promouvoir :

- \*l'ampleur du budget publicitaire annuel en l'espèce en France, les modalités de cette promotion,
- \*le mécénat et le partenariat
- \*la présence des produits dans la presse,
- \*la présence des produits sur internet,

S'y ajoutent les décisions ayant déjà entériné la notoriété de la marque et les sondages qui permettent de préciser le niveau de connaissance de la marque.

En l'espèce, la société THE PROCTER & GAMBLE COMPANY établit par sa pièce 17 que la lessive ARIEL est présente dans un tiers des foyers français et représente environ 60% de parts de marché sur le secteur des lessives liquides, 25% de parts de marché sur le segment des lessives en poudre, 10% de parts de marché sur le segment des tablettes en poudre.



Elle est le leader sur le marché des uni doses, avec près de 22% de parts de marché.

La lessive en poudre ARIEL a été lancée en France en 1968 et occupe depuis cette date la première place des lessives et des produits d'entretien du textile et du linge comme l'attestent les pièces 15 et 16 versées au débat: « Ariel marque de lessive préférée des français », [www.prodimarques.com](http://www.prodimarques.com) et Saga Ariel, La revue des Marques n°65, janvier 2009, «1968-1988, 20 ans d'Ariel et ça ne fait que commencer » .

Il est également démontré que la lessive ARIEL a connu un succès ininterrompu, a été élue « marque de lessive préférée des français », que le produit a connu près d'une vingtaine de déclinaisons et améliorations pour s'adapter aux changements des désirs des consommateurs notamment en matière d'environnement.

La marque a proposé récemment un nouveau produit Ariel 3 en 1 Pods, nouvelle génération de lessive liquide en dose qui serait plus respectueuse de l'environnement, qui a fait l'objet de dépôts d'une cinquantaine de brevets (pièce 11).

La société THE PROCTER & GAMBLE COMPANY consacre des budgets importants à la publicité (sans en préciser le montant) à travers des campagnes de co-branding avec des professionnels du textile : (Descamps), de la haute couture : Irie, de l'alimentation haut de gamme : Lenôtre, des vêtements pour hommes : Newman, pour enfants : Creeks, pour femmes :Kookaï, pour adolescentes : Naf Naf, pour la famille :TEX ou le sport :Le Coq Sportif( pièce 18).

Ces campagnes sont relayées dans de nombreux articles de presse ( pièce19).

L'une des campagnes de publicité les plus récentes pour la marque ARIEL, témoignant de son positionnement en faveur de l'égalité homme/femme, a été récompensée en 2015 par un Lion, prix remis lors du prestigieux Festival de Publicité Cannes Lions. Elle a par ailleurs fait l'objet de plus de 17 millions de vues et a remporté un immense succès à travers le monde, y compris en France.

La société THE PROCTER & GAMBLE COMPANY a également initié en 2007 avec la société JC Decaux des abribus rétro-éclairés, afin de mettre en scène le nouveau produit Ariel Activateur d'Eclat.

Elle affirme, sans verser aucune pièce au soutien de ses prétentions, avoir développé sa communication sur internet et les réseaux sociaux.

Au titre du mécénat, elle a été le partenaire officiel de l'équipe de France de football en 1999, puis de l'équipe féminine de football en 2000 et a organisé en décembre 2001 un « Raid Ariel Aventure » sur l'île de la Réunion, renouvelé en 2002 en partenariat avec l'enseigne Sport 2000, qui commercialise des vêtements de sport et a consacré à l'occasion de cette campagne un espace dédié « Raid Ariel Aventure » dans ses magasins.



En conséquence et au vu de l'ensemble des pièces versées au débat et même en l'espèce de sondages, il convient de dire la marque ARIEL s'agissant du produit : "Préparations pour blanchir et autres substances pour lessiver" de la classe 3 qui couvre la lessive bénéficie d'une renommée certaine auprès du public concerné en l'espèce le consommateur français de produits de consommation courante qu'est la lessive normalement informé et raisonnablement attentif.

*Sur l'atteinte à la marque de renommée française nominative ARIEL n°1 380 610*

Pour établir l'atteinte par une marque postérieure à la marque de renommée, le titulaire de la première marque doit démontrer que le public concerné effectuera un lien entre les marques en présence, sans les confondre.

Ce lien doit être apprécié globalement, en tenant compte de tous les facteurs pertinents du cas d'espèce, et notamment :

- du degré de similitude entre les signes,
- de la nature des produits ou des services pour lesquels les marques en présence sont enregistrées, y compris de leur degré de proximité ou de dissemblance,
- de l'intensité de la renommée de la marque antérieure,
- du degré de caractère distinctif, intrinsèque ou acquis par l'usage, de la marque antérieure,
- l'existence d'une famille de marques antérieure.

En cas de risque de confusion entre les marques en présence, ce lien est nécessairement établi.

Il est admis que plus des marques sont similaires, plus la marque postérieure évoquera dans l'esprit du public la marque antérieure renommée.

Enfin, le propriétaire de la marque renommée doit établir une atteinte effective à sa marque ou un risque sérieux qu'une telle atteinte se produise constituée par le profit indûment tiré du caractère distinctif ou de la renommée d'une marque et/ou du préjudice leur étant porté.

L'article L.711-4 du code de la propriété intellectuelle dispose : « Ne peut être adopté comme marque un signe portant à des droits antérieurs, et notamment : a) A une marque antérieure enregistrée ou notoirement connue au sens de l'article 6 bis de la convention de Paris pour la protection de la propriété industrielle ; ... ».

Et l'article L.714-3 du même code ajoute : « Est déclaré nul par décision de justice l'enregistrement d'une marque qui n'est pas conforme aux dispositions des articles L. 711-1 à L. 711-4. (...) La décision d'annulation a un effet absolu ».

La comparaison entre les signes montre que ceux ci sont extrêmement proches :

D'un point de vue visuel, la marque ARIEL est reproduite à l'identique au sein de la marque ARIEL FABRICS ou ARIEL TISSUS, et située en position d'attaque. La différence entre les signes en

présence réside dans l'adjonction du terme FABRICS, composé de 7 lettres, ou du terme TISSUS composé de 6 lettres.

Cependant, il est admis qu'en général, le consommateur normalement informé et raisonnablement attentif accorde une plus grande attention au début d'une marque de sorte que la similitude entre les deux signes est plus grande.

Augmentant la similitude visuelle des signes, la marque ARIEL et les deux marques litigieuses ARIEL FABRICS et ARIEL TISSUS sont toutes deux présentées dans une calligraphie très simple, en lettres majuscules d'imprimerie droites, grasses et noires, sans élément caractéristique qui permettrait au consommateur d'en conserver un souvenir précis et de les différencier.

Les marques ARIEL d'une part et ARIEL FABRICS et ARIEL TISSUS d'autre part sont donc visuellement très proches.

D'un point de vue phonétique, les marques ARIEL FABRICS et ARIEL TISSUS reproduisent en position d'attaque la marque renommée ARIEL, qui est composé de 3 syllabes [a-ri-el]. La différence réside là aussi dans l'ajout en seconde position d'un terme plus court, composé des 2 syllabes [fa] et [brics] ou {ti] et [su], ce qui ne constitue qu'une faible différence puisque le terme d'attaque étant le même et prédominant.

D'un point de vue conceptuel, la marque ARIEL FABRICS reproduit à l'identique le signe ARIEL qui est hautement distinctif au regard des produits visés dans l'enregistrement de la marque seconde car il ne présente aucun lien direct et concret avec eux, n'est pas nécessaire, générique ou usuel pour les désigner, ni ne sert à en indiquer une caractéristique. Il est connu du consommateur français pour désigner une lessive.

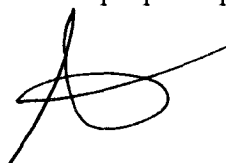
Le terme anglais FABRICS ne sera pas compris par le consommateur comme signifiant "tissus" car il s'agit d'un faux ami ; il croira que ce terme fait référence à une fabrique, une usine ou un atelier.

En tous les cas, il associera ce terme à un endroit où un produit portant le signe ARIEL est fabriqué.

Ce terme FABRICS est donc faiblement distinctif au sein du signe global ARIEL FABRICS.

S'agissant du terme TISSUS, et au vu des produits visés à l'enregistrement des marques du défendeur (différents tissus et linges), ce signe est complètement descriptif et seul le terme ARIEL permettra l'identification de l'origine du produit.

En conséquence et du fait de la notoriété du signe ARIEL, il existe un risque de confusion et au moins d'association, le consommateur français identifiera immédiatement les marques incriminées grâce au seul terme ARIEL lorsqu'il entendra ou prononcera le signe contesté, et pensera que les produits qu'il désigne sont proposés par la société THE PROCTER & GAMBLE COMPANY





ou par une société lui étant économiquement liée.

Ce lien entre les marques est d'autant plus évident que les produits visés par chacune de ces marques sont liés puisque les produits de lessive sont utilisés pour le lavage et l'entretien des textiles.

Et d'ailleurs la société THE PROCTER & GAMBLE COMPANY a participé à un programme de recherche scientifique « P&G Future Fabrics » qui a associé la marque ARIEL à la science des fibres et des textiles. (Pièce 5 de la société THE PROCTER & GAMBLE COMPANY).

En conséquence, l'atteinte à la renommée de la marque ARIEL provient du profit indûment tiré par les marques ARIEL FABRICS et ARIEL TISSUS et du préjudice causé au caractère distinctif et à la renommée de cette marque.

En effet, il a été dit plus haut que la société THE PROCTER & GAMBLE COMPANY investit dans de nombreuses campagnes publicitaires qui ont assuré sa renommée et le titulaire des marques ARIEL FABRICS et ARIEL TISSUS bénéficiera du fait de l'association des termes ARIEL, des retombées de ces investissements sans même avoir à développer lui-même une communication sur ses marques.

L'usage par un tiers dans le domaine du textile du signe ARIEL entrainera une dilution et une banalisation de la marque alors que la société THE PROCTER & GAMBLE COMPANY choisit ses partenaires selon des critères qui évitent cette dilution.

Elle craint que le fait qu'une des sociétés de monsieur Ariel AMSELLEM, la société BODY ONE dont l'enseigne est COMPAGNIE DE LA LINGERIE, ait été placée en redressement judiciaire nuise à la renommée de sa marque ARIEL.

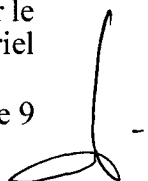
En conséquence, la nullité des marques ARIEL FABRICS n° 15 4 172 127 et ARIEL TISSUS n° 15 4 172 134, sera prononcée en application des articles L.713-5, L.711-4 et L.714-3 du code de la propriété intellectuelle.

La société THE PROCTER & GAMBLE COMPANY ne démontrant pas que monsieur Ariel AMSELLEM a exploité les marques et donc subir un préjudice commercial effectif du fait du simple dépôt des marques sera déboutée de sa demande indemnitaire.

Il sera également fait interdiction à monsieur Ariel AMSELLEM d'utiliser le signe ARIEL sans la combinaison avec son patronyme, directement ou indirectement par toute personne physique ou morale, sans qu'il soit utile de prononcer une astreinte, les marques n'ayant pas été exploitées.

*sur les autres demandes*

Les conditions sont réunies pour allouer à la société THE PROCTER & GAMBLE COMPANY la somme de 5.000 euros sur le fondement de l'article 700 du code de procédure civile, monsieur Ariel



AMSELLEM n'ayant jamais répondu aux sollicitations de la demanderesse.

L'exécution provisoire n'est pas nécessaire et ne sera pas ordonnée.

**PAR CES MOTIFS**

**Le tribunal, statuant publiquement, par mise à disposition au greffe le jour du délibéré, par jugement réputé contradictoire et en premier ressort,**

**Dit** que la marque française nominative ARIEL n°1 380 610 bénéficie d'une renommée certaine au sens de l'article L 713-5 du code de la propriété intellectuelle, auprès du public français pour le produit "Préparations pour blanchir et autres substances pour lessiver" de la classe 3.

En conséquence,

**Prononce** la nullité de :

- la marque verbale française ARIEL FABRICS n° 15 4 172 127, déposée par monsieur Ariel AMSELLEM le 9 avril 2015 et enregistrée pour désigner les « Tissus ; couvertures de lit ; tissus à usage textile ; tissus élastiques ; velours ; linge de lit ; linge de maison ; linge de table non en papier ; linge de bain (à l'exception de l'habillement) » de la classe 24,

- la marque verbale française ARIEL TISSUS n° 15 4 172 134, déposée par monsieur Ariel AMSELEEM le 9 avril 2015 et enregistrée pour désigner les « Tissus ; couvertures de lit ; tissus à usage textile ; tissus élastiques ; velours ; linge de lit ; linge de maison ; linge de table non en papier ; linge de bain (à l'exception de l'habillement) » de la classe 24.

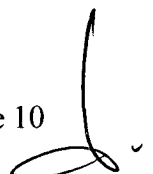
**Dit** que le présent jugement, une fois devenu définitif, sera inscrit au registre national des marques tenu par l'Institut National de la Propriété Industrielle à la requête de la partie la plus diligente en application des articles R.714-2 et R.714-3 du code de la propriété intellectuelle.

**Interdit** à monsieur Ariel AMSELLEM de faire usage de la marque ARIEL sans la combinaison avec son patronyme, directement ou indirectement par toute personne physique ou morale interposée.

**Déboute** la société THE PROCTER & GAMBLE COMPANY de sa demande d'astreinte et de sa demande indemnitaire.

**Condamne** monsieur Ariel AMSELLEM à verser à la société THE PROCTER & GAMBLE COMPANY la somme de 5.000 euros, au titre de l'article 700 du code de procédure civile.

**Condamne** monsieur Ariel AMSELLEM en tous les dépens de l'instance, dont distraction au profit de Maître Juliette Bertrand, en application de l'article 699 du code de procédure civile.



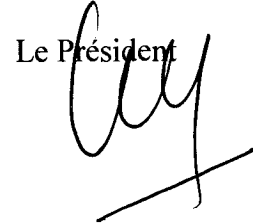
**Dit** n'y avoir lieu à exécution provisoire de la présente décision.

Fait et jugé à Paris le 02 mars 2017.

Le Greffier

A complex, cursive handwritten signature in black ink, consisting of several overlapping loops and a long horizontal stroke at the bottom.

Le Président

A handwritten signature in black ink, featuring a large, stylized 'C' or 'P' shape followed by a horizontal line.