



**ORDONNANCE DE RÉFÉRÉ
rendue le 18 octobre 2021**

**N° RG 21/54860 - N°
Portalis
352J-W-B7F-CUNH
E**

par **Laurence BASTERREIX, Vice-Présidente** au Tribunal judiciaire de Paris, agissant par délégation du Président du Tribunal,

N° : 2/MM

Assistée de **Minas MAKRIS, Faisant fonction de Greffier.**

Assignation du :
21 mai 2021

DEMANDERESSE

**Association LIGUE FRANCAISE POUR LA PROTECTION
DES OISEAUX**

8 rue du Docteur Pujos
CS 90263
17300 ROCHEFORT

représentée par Maître François RONGET et Maître Charles LÉMOINE, de la SELARL SEATTLE AVOCATS, avocats au barreau de PARIS - #P0206

DEFENDERESSES

Association FEDERATION NATIONALE DES CHASSEURS

13 rue du Général Leclerc
92130 ISSY LES MOULINEAUX

représentée par Maître Beatriz DE SILVA de la SCP LUSSAN, avocats au barreau de PARIS - #P0077

S.A. SOCIETE MARKETING PUBLICITE 2000

4 rue Notre Dame de Bon Secours
60200 COMPIEGNE

représentée par Maître Arnaud CASALONGA de CASALONGA, avocats au barreau de PARIS - #K0177

**3 Copies exécutoires
délivrées le:**

DÉBATS

A l'audience du 20 septembre 2021, tenue publiquement, présidée par Laurence BASTERREIX, Vice-Présidente, assistée de Fanny ACHIGAR, Greffier,

Nous, Président,

Après avoir entendu les parties comparantes ou leur conseil,

Vu l'assignation en référé introductive d'instance, délivrée le 21 mai 2021, et les motifs y énoncés,

L'association LIGUE FRANCAISE POUR LA PROTECTION DES OISEAUX (ci-après « LPO »), comptant plus de 59.000 adhérents, 8.000 bénévoles actifs, 550 salariés sur le territoire national et un réseau d'associations locales actives dans 13 régions métropolitaines et représentée dans 5 territoires d'Outre-Mer, se présente comme la première association de protection de la nature en France. Elle œuvre pour la protection des oiseaux, de la faune sauvage, de la nature et de l'homme et lutte contre le déclin de la biodiversité par la connaissance, la protection, l'éducation et la mobilisation.

Elle est titulaire :

– de la marque française verbale n°13 4 048 268, déposée le 14 novembre 2013 en classes 28, 38 et 41 et enregistrée le 14 mars 2014 :

BIODIV'ACTEUR(S)
BIODIVERSITE ACTEUR(S)
LPO – AGIR POUR LA DIVERSITE
AGIR POUR LA BIODIVERSITE

– de la marque française semi-figurative n° 19 4 536 070, déposée le 21 mars 2019 en classes 3, 9, 14, 16, 18, 21, 24, 25, 28, 30, 31, 35, 39, 41, 42 et 45 et enregistrée le 12 juillet 2019 :



L'association FEDERATION NATIONALE DES CHASSEURS (ci-après « FNC »), selon l'article L421-14 du code de l'environnement, *«regroupe l'ensemble des fédérations départementales et régionales des chasseurs dont l'adhésion est constatée par le paiement d'une cotisation obligatoire.*

Elle assure la représentation des fédérations départementales et régionales des chasseurs à l'échelon national.

Elle est chargée d'assurer la promotion et la défense de la chasse, ainsi que la représentation des intérêts cynégétiques. Elle coordonne l'action des fédérations départementales et régionales des chasseurs.

Elle conduit des actions concourant directement à la protection et à la reconquête de la biodiversité ou apporte un soutien financier à leur réalisation.

Elle gère un fonds dédié à la protection et à la reconquête de la biodiversité qui apporte un soutien financier aux actions des fédérations départementales, régionales et nationale des chasseurs dans le cadre d'une convention avec l'Office français de la biodiversité.

(...)

La Fédération nationale des chasseurs élabore une charte de la chasse en France. Celle-ci expose les principes d'un développement durable de la chasse et sa contribution à la conservation de la biodiversité. Ce document établit un code de comportement du chasseur et des bonnes pratiques cynégétiques mis en œuvre par chaque fédération départementale des chasseurs et ses adhérents ».

La société MARKETING PUBLICITE 2000 est une agence de communication ayant notamment pour activité la création de campagnes media et publicitaire pour le compte de ses clients.

Au cours du mois d'août 2018, la LPO a eu connaissance d'une campagne publicitaire initiée par la FNC ayant pour but de mettre en avant l'impact écologique des actions menées par les chasseurs. Estimant que le visuel des affiches de la campagne publicitaire de la FNC reprenait ceux qu'elle utilisait pour ses propres outils de communication, elle a, par actes des 19 et 30 novembre 2018, assigné la FNC et l'agence de communication créatrice des visuels litigieux, la SA MARKETING PUBLICITE 2000, en contrefaçon de droits d'auteur et parasitisme.

Par jugement du 12 février 2021, la 3e chambre, 3e section du tribunal judiciaire de Paris a notamment, s'agissant de la campagne de publicité de la FNC diffusée du 28 août au 11 septembre 2018 :

- débouté l'association LPO de ses demandes en contrefaçon de charte graphique ;

- dit qu'en reproduisant les caractéristiques essentielles de trois affiches de l'association LPO France, la société MARKETING PUBLICITÉ 2000 et la FÉDÉRATION NATIONALE DES CHASSEURS se sont rendues coupables de parasitisme au préjudice de l'association LPO France ;

- condamné in solidum la société MARKETING PUBLICITÉ 2000 et la FÉDÉRATION NATIONALE DES CHASSEURS à payer à l'association LPO la somme de 5 000 euros en réparation des actes de parasitisme ;

- condamné in solidum la société MARKETING PUBLICITÉ 2000 et la FÉDÉRATION NATIONALE DES CHASSEURS à verser à l'association LPO la somme de 5 000 euros sur le fondement de l'article 700 du code de procédure civile ;

- condamné in solidum la société MARKETING PUBLICITÉ 2000 et la FÉDÉRATION NATIONALE DES CHASSEURS aux entiers dépens ;

- ordonné l'exécution provisoire.

La FNC a formé appel de ce jugement et la procédure est pendante devant la cour d'appel de Paris.

En janvier et février 2021, la FNC a adressé à près de 600.000 élus une brochure reliée de 24 pages intitulée « *La chasse, cœur de biodiversité* » conçue par la même agence de communication, laquelle est librement accessible sur internet à l'adresse URL « <https://www.chasseurdefrance.com/wpcontent/uploads/2021/02/LaChasseCœurdeBiodiversiteV1.pdf> ».

Considérant que ce document utilise à nouveau les éléments de la charte graphique de la LPO et porte atteinte aux droits défendus par elle et ses sympathisants qui se retrouvent assimilés, malgré eux, à des activités dont ils dénoncent les excès et surtout avec

lesquelles ils ne veulent pas être associés et que l'utilisation sans droit de la marque déposée « AGIR pour la BIODIVERSITE » et la présentation mensongère qui est faite par la FNC de la paternité de la LPO dans ce manifeste portent gravement atteinte à ses intérêts, la LPO a, par actes du 21 mai 2021, assigné la FNC et la SA MARKETING PUBLICITE 2000 en référé devant le président du tribunal judiciaire de Paris.

Dans ses conclusions notifiées par voie électronique le 30 juillet 2021, soutenues oralement lors de l'audience du 20 septembre 2021, la LPO demande au juge des référés, au visa des articles L.713-2 et suivants et L.716-4-6 et suivants du code de la propriété intellectuelle, de l'article 835 du code de procédure civile, de la jurisprudence citée et des pièces versées aux débats, de :

– DECLARER recevable et bien-fondé en ses demandes la LIGUE POUR LA PROTECTION DES OISEAUX (LPO) ;

Y FAISANT DROIT,

A./ LE PARASITISME COMMIS PAR LA FNC ET LA SA MARKETING PUBLICITE 2000 AU PREJUDICE DE LA LPO

– JUGER que la diffusion de la plaquette « LA CHASSE, CŒUR DE BIODIVERSITE » par la FEDERATION NATIONALE DES CHASSEURS et la société MARKETING PUBLICITE 2000 constitue un nouvel acte de parasitisme et subséquemment un trouble manifestement illicite au préjudice de la LIGUE POUR LA PROTECTION DES OISEAUX ;

EN CONSEQUENCE,

A titre principal,

– ORDONNER sous astreinte de 1.000 euros par jour de retard à compter du prononcé de la décision l'arrêt immédiat de toute distribution de la plaquette litigieuse : « LA CHASSE, CŒUR DE BIODIVERSITE » ;

– ORDONNER à la FEDERATION NATIONALE DES CHASSEURS (FNC) et à la société MARKETING PUBLICITE 2000 de communiquer à la LPO la liste exacte des élus de la République française destinataires de la plaquette litigieuse : « LA CHASSE, CŒUR DE BIODIVERSITE » ;

– CONDAMNER in solidum la FEDERATION NATIONALE DES CHASSEURS (FNC) et la société MARKETING PUBLICITE 2000 à verser, à titre de mesure de remise en état, la somme de 445.000 euros qui permettra notamment à la LPO d'adresser à l'ensemble des élus concernés une plaquette visant à les informer que la LPO n'est pas l'auteur de la plaquette litigieuse : « LA CHASSE, CŒUR DE BIODIVERSITE » ;

– CONDAMNER in solidum la FEDERATION NATIONALE DES CHASSEURS (FNC) et la société MARKETING PUBLICITE 2000 au paiement de la somme de provisionnelle de 20.000 euros en réparation du préjudice moral de la LPO.

A titre subsidiaire,

– CONDAMNER in solidum la FEDERATION NATIONALE DES CHASSEURS (FNC) et de la société MARKETING PUBLICITE 2000 à verser à titre de provision sur dommage à hauteur de 444.500 euros au titre des mesures nécessaires à la réparation du préjudice de la LIGUE POUR LA PROTECTION DES OISEAUX.

B./ LA CONTREFAÇON DE LA MARQUE AGIR POUR LA BIODIVERSITE

– JUGER que l'emploi du slogan « AGIR encore et toujours pour la BIODIVERSITE » dans une double page rappelant l'identité visuelle de la LPO et figurant des photos pour lesquelles les défenderesses ont déjà été condamnées in solidum sur le fondement du parasitisme crée incontestablement un risque de confusion dans l'esprit du public ;

– JUGER qu'en employant les termes « AGIR encore et toujours pour la BIODIVERSITE » dans une double page imitant l'identité visuelle de la LPO, la FEDERATION NATIONALE DES CHASSEURS et la société MARKETING PUBLICITE 2000 ont vraisemblablement contrefait la marque verbale n° 4048268 et la marque semi-figurative n° 4536070 ;

EN CONSEQUENCE,

– ORDONNER sous astreinte de 1.000 euros par jour de retard à compter du prononcé de la décision l'arrêt immédiat de toute distribution de la plaquette litigieuse : « LA CHASSE, CŒUR DE BIODIVERSITE » en version numérique ou papier ;

– INTERDIRE à la FNC d'utiliser la marque verbale n° national : 4048268 et la marque semi-figurative n° national : 4536070 sur le territoire français, sous quelque forme, support et à quelque titre que ce soit, et notamment en tant que marque, dénomination sociale, nom commercial, enseigne, nom de domaine, balise méta, mentions légales ou lien hypertextes notamment sur son site internet et ce sous astreinte de 1.000 euros par infraction constatée, passé un délai de 8 jours après signification de l'arrêt à intervenir ;

– CONDAMNER in solidum la FEDERATION NATIONALE DES CHASSEURS (FNC) et de la société MARKETING PUBLICITE 2000 à verser une provision sur dommage de 50.000 euros en réparation du préjudice subi du fait des actes de contrefaçon par la LIGUE POUR LA PROTECTION DES OISEAUX.

EN TOUT ETAT DE CAUSE,

– REJETER l'ensemble des demandes, fins et prétentions de la FEDERATION NATIONALE DES CHASSEURS (FNC) et de la société MARKETING PUBLICITE 2000.

– CONDAMNER in solidum la FEDERATION NATIONALE DES CHASSEURS (FNC) et la société MARKETING PUBLICITE 2000 à régler à l'ASSOCIATION LIGUE POUR LA PROTECTION DES OISEAUX (LPO) la somme de 9.000 euros au titre de l'article 700 du code de procédure civile.

– CONDAMNER in solidum la FEDERATION NATIONALE DES CHASSEURS (FNC) et la société MARKETING PUBLICITE 2000 aux entiers dépens.

Dans ses conclusions notifiées par voie électronique le 10 septembre 2021, l'association FNC demande au juge des référés, au visa des articles 10 et 11 de la CEDH, 11 de la déclaration des droits de l'homme, de l'article 835 du code de procédure civile et de la jurisprudence, de :

– JUGER que le trouble manifestement illicite invoqué par la LPO n'est pas démontré

– JUGER ne pas avoir lieu à référé

A TITRE SUBSIDIAIRE

– JUGER que les actions en contrefaçon et en parasitisme ne peuvent en l'espèce se cumuler en ce qu'elles portent sur les mêmes faits

– JUGER la Ligue Française pour la Protection des Oiseaux irrecevable en son action

A TITRE INFINIMENT SUBSIDIAIRE

– JUGER que la Fédération Nationale des Chasseurs n'a pas commis d'acte de parasitisme

– REJETER en conséquence l'ensemble des demandes formées par la Ligue Française pour la Protection des Oiseaux au titre du parasitisme

– JUGER que la Fédération Nationale des Chasseurs n'a commis aucun acte de contrefaçon

– REJETER en conséquence l'ensemble des demandes formées par la Ligue Française pour la Protection des Oiseaux au titre de la contrefaçon

En tout état de cause :

– DEBOUTER la Ligue Française pour la Protection des Oiseaux de l'ensemble de ses demandes, fins et conclusions

– CONDAMNER la Ligue Française pour la Protection des Oiseaux à verser à la FNC la somme de 50.000 euros au titre de la procédure abusive

– CONDAMNER la Ligue Française pour la Protection des Oiseaux à verser à la Fédération Nationale des Chasseurs la somme de 20.000 euros au titre de l'article 700 du code de procédure civile

– CONDAMNER la Ligue Française pour la Protection des Oiseaux aux entiers dépens.

Dans ses conclusions notifiées par voie électronique le 9 septembre 2021, la SA MARKETING PUBLICITE 2000 demande au juge des référés, au visa des articles L. 711-2, L. 714-5, L.716-4-6 du code de la propriété intellectuelle, 1240 et suivants du code civil, 835 du code de procédure civile, de la jurisprudence citée et de l'ensemble des pièces versées aux débats, de :

- RECEVOIR la société MARKETING PUBLICITE en ses demandes et conclusions ;

- JUGER irrecevable et infondée en ses demandes la LPO ;

A. Sur le parasitisme

- JUGER que la LPO ne rapporte pas la preuve d'un trouble manifestement illicite ou d'un dommage imminent ;

- JUGER que la société MARKETING PUBLICITE n'a commis aucun acte de parasitisme ;

En conséquence,

- REJETER les demandes de mesures d'interdiction formées par LPO ;

- REJETER les demandes aux fins de remise en état et de provision sur dommage formées par LPO ;

- REJETER la demande de provision de formée par LPO au titre de son prétendu préjudice moral ;

B. Sur la contrefaçon

- JUGER qu'il existe un doute sérieux quant à la validité des marques n° 4048268 et n°4536070 dont la LPO est titulaire ;

- JUGER que la LPO ne rapporte pas la preuve de la vraisemblance d'une atteinte à ses droits ;

- JUGER que la société MARKETING PUBLICITE n'a commis aucun acte de contrefaçon ;

En conséquence,

- REJETER les demandes de mesures d'interdiction formées par LPO au titre de la contrefaçon ;

- REJETER la demande de provision de formée par LPO au titre de la contrefaçon ;

En tout état de cause,

- JUGER qu'il n'y a pas lieu à référé

- DEBOUTER la LPO de toutes ses demandes, fins et conclusions

- CONDAMNER la LPO à payer à la société MARKETING PUBLICITE la somme de 50.000 euros à titre de dommages et intérêts pour procédure abusive

- CONDAMNER la LPO à payer à la société MARKETING PUBLICITE la somme de 20.000 euros au titre de l'article 700 du code de procédure civile

- CONDAMNER la LPO aux entiers dépens.

MOTIFS DE LA DECISION

Sur la compétence du juge des référés

La FNC conteste la compétence du juge des référés en raison de l'absence de trouble manifestement illicite, de répétition d'actes de parasitisme, d'identification du produit prétendument objet des actes de parasitisme et les mesures demandées ne permettant pas de faire cesser le trouble manifestement illicite allégué.

L'article 835 du code de procédure civile dispose que « *Le président du tribunal judiciaire ou le juge des contentieux de la protection dans les limites de sa compétence peuvent toujours, même en présence d'une contestation sérieuse, prescrire en référé les mesures conservatoires ou de remise en état qui s'imposent, soit pour prévenir un dommage imminent, soit pour faire cesser un trouble manifestement illicite.*

Dans les cas où l'existence de l'obligation n'est pas sérieusement contestable, ils peuvent accorder une provision au créancier, ou ordonner l'exécution de l'obligation même s'il s'agit d'une obligation de faire. »

S'agissant de la contrefaçon de marque, l'article L. 716-4-6 du code de la propriété intellectuelle dispose que « *Toute personne ayant qualité pour agir en contrefaçon peut saisir en référé la juridiction civile compétente afin de voir ordonner, au besoin sous astreinte, à l'encontre du prétendu contrefacteur ou des intermédiaires dont il utilise les services, toute mesure destinée à prévenir une atteinte imminente aux droits conférés par le titre ou à empêcher la poursuite d'actes argués de contrefaçon. La juridiction civile compétente peut également ordonner toutes mesures urgentes sur requête lorsque les circonstances exigent que ces mesures ne soient pas prises contradictoirement, notamment lorsque tout retard serait de nature à causer un préjudice irréparable au demandeur. Saisie en référé ou sur requête, la juridiction ne peut ordonner les mesures demandées que si les éléments de preuve, raisonnablement accessibles au demandeur, rendent vraisemblable qu'il est porté atteinte à ses droits ou qu'une telle atteinte est imminente.(...)* ».

En l'espèce, l'action engagée par la LPO est fondée d'une part sur le parasitisme, lequel sanctionne, sur le fondement de l'article 1240 du code civil, les comportements par lesquels un agent économique tire ou tente de tirer profit de la valeur économique acquise par autrui au moyen d'un savoir-faire, d'un travail de création, de recherches ou d'investissements, de façon à en retirer un avantage concurrentiel et, d'autre part, sur l'atteinte aux marques n° 4048268 et n° 4536070 dont est titulaire la demanderesse. Tant la faute délictuelle que constitue le parasitisme que l'atteinte aux droits de propriété intellectuelle du titulaire d'une marque sont susceptibles de caractériser un trouble manifestement illicite au sens de l'article 835 du code de procédure civile, de sorte que la compétence du juge des référés pour en connaître doit être retenue.

La réitération éventuelle d'actes de parasitisme est par ailleurs indifférente à fonder ou à exclure la compétence du juge des référés dès lors que celui-ci est saisi de faits distincts de ceux ayant fait l'objet du jugement du 12 février 2021. Il convient à cet égard de relever que, s'agissant de deux campagnes de communication différentes, l'une d'affichage dans le métro relative à l'impact écologique des activités des chasseurs, l'autre sous forme de brochure adressée à des élus et portant sur les actions en faveur de la biodiversité, le juge des référés n'est pas tenu, dans son appréciation, par la décision précédemment rendue par le tribunal judiciaire et il appartient à la LPO, demanderesse, de prouver les faits dont elle demande la cessation et/ou la réparation.

La présentation de la LPO qui serait l'objet des actes de parasitisme a été produite en copie par la demanderesse en pièce 5 et en original à l'audience du 20 septembre 2021. Dès lors, tant les défenderesses que le juge des référés sont en mesure d'identifier le document au titre duquel est engagée l'action en parasitisme.

Enfin, la compétence du juge des référés ne peut s'analyser au regard des mesures sollicitées pour faire cesser le trouble manifestement illicite : il convient d'abord d'examiner l'existence d'un trouble manifestement illicite avant, le cas échéant, de prononcer des mesures visant à le faire cesser et, si les demandes formulées ne relèvent pas de sa compétence, il appartient au juge des référés d'en débouter les parties qui les ont formées.

Le juge des référés est donc compétent pour connaître de l'action engagée par la LPO.

Sur la recevabilité de l'action engagée par la LPO

La FNC et la SA MARKETING PUBLICITE 2000 font valoir que le cumul des actions en contrefaçon et en parasitisme est prohibé en l'absence de faits distincts et qu'en l'espèce, sous couvert de deux actions différentes, la LPO cherche en réalité à faire sanctionner les mêmes faits pour obtenir deux fois la réparation d'un même préjudice.

Cependant, il résulte de l'assignation délivrée à l'initiative de la LPO qu'est poursuivi d'une part la reprise, par la FNC, de la disposition et de la composition de la présentation de la LPO dans les pages 10 et 11 de la brochure litigieuse (page 12) ainsi que de différents éléments de communication relatifs aux activités de la LPO et d'autre part, la reproduction, parmi les éléments figurant dans ces pages 10 et 11 de la brochure en cause, de l'une des marques dont elle est titulaire (pages 25 à 28). Il s'agit par conséquent de faits distincts et l'action engagée par la LPO sera déclarée recevable.

Sur les actes de parasitisme

La LPO invoque, pour l'essentiel, la notoriété dont elle bénéficie depuis sa création en 1912 en matière de défense de la nature et de protection de la biodiversité et la part significative de son budget consacrée à la communication en faveur de la protection de la biodiversité via notamment des projets de communication et de sensibilisation auprès du grand public, représentant entre 4 et 5

millions d'euros chaque année entre 2017 et 2020.

Elle souligne l'identité visuelle et la volonté réaffirmée des défenderesses de s'approprier les valeurs qu'elle défend. Il ressort ainsi selon elle de la mise en regard des pages 10-11 de la brochure litigieuse une reprise volontaire des caractéristiques essentielles de la couverture de plaquette de la LPO opposée (fond blanc avec slogan relatif à la défense de biodiversité, vague légèrement croissante traversant la plaquette de part en part et au sein de laquelle des photos de paysages ruraux et d'animaux sont reproduites), réalisée à dessein et dans un but de promotion de la FNC et d'appropriation des valeurs de protection de l'environnement et de la biodiversité que la LPO défend depuis plus de cent ans. Elle affirme que le travail d'élaboration de cette chemise institutionnelle à destination des adhérents et partenaires de la LPO a nécessité des investissements importants de sa part, ladite chemise ayant été imprimée pour la première fois à 3000 exemplaires en décembre 2013 et retirée notamment à 1000 exemplaire en 2018 puis à nouveau en 2021. Elle estime que l'envoi de cette plaquette à plus de 600 000 élus crée un risque de confusion dans l'esprit du public avec sa propre communication habituelle en faveur de la biodiversité.

Elle relève qu'en pages 5, 10 et 11 de la brochure litigieuse, deux des trois images pour lesquelles la 3e chambre, 3e section du tribunal judiciaire de céans a déjà condamné la FNC et la société MARKETING PUBLICITÉ 2000 au titre du parasitisme sont à nouveau reproduites.

Elle ajoute que la FNC a très majoritairement choisi de communiquer en utilisant des images d'oiseaux protégés sur l'ensemble du territoire et, pour certain, victimes de braconnage que la LPO combat, ce qui lui permet d'entretenir la confusion vis-à-vis du grand public.

Enfin, elle indique qu'en page 24 de la brochure litigieuse, la FNC communique sur le contexte de la création de la LPO en 1912 et renvoie par ailleurs à ses activités historiques (nichoirs artificiels, bagage d'oiseaux protégés, etc.), ce qui caractérise d'autant la volonté manifeste des défenderesses de capter la notoriété et les investissements de la LPO en matière de protection de la nature.

La FNC réplique que la demanderesse ne produit pas la pochette qu'elle considère comme ayant fait l'objet d'actes de parasitisme, mais seulement une page, et qu'il n'est établi que cette dernière a été diffusée avant la brochure litigieuse, ni qu'elle serait caractéristique de la communication habituelle de la LPO.

Au demeurant, il n'est pas justifié par la demanderesse des investissements réalisés pour sa réalisation et sa diffusion.

S'agissant des pages 10 et 11 de la brochure litigieuse, la FNC fait valoir que les éléments qui auraient été repris sont on ne peut plus communs et ne sauraient constituer un des éléments distinctifs de la LPO, susceptibles d'appropriation.

Concernant l'utilisation de certaines photographies en pages 5 puis 10 et 11 de la brochure en cause, la FNC indique que dans son jugement du 12 février 2021, le tribunal judiciaire de céans n'a pas condamné la FNC pour l'utilisation de ces photographies, mais en considérant qu'il y avait eu une reprise « des caractéristiques essentielles des trois affiches de la LPO opposées ». Dès lors, l'utilisation isolée par la FNC de deux photographies, s'inscrivant dans une présentation totalement différente de celle ayant donné lieu au jugement du 12 février 2021, ne peut servir de fondement pour un quelconque acte de parasitisme.

Concernant la référence, faite en page 24 de la brochure en cause,

au fait que la LPO a été créée en 1912 par des chasseurs, la FNC affirme que cette référence est faite à la marge, en toute fin de brochure, de telle sorte que la LPO ne peut raisonnablement soutenir qu'il y aurait confusion et qu'un lecteur moyen pourrait dès lors croire qu'il s'agirait d'une plaquette de la LPO et qu'en réalité en page 24, il est fait état des différentes actions menées par les chasseurs en faveur des oiseaux, soulignant ainsi la présence des chasseurs dans la préservation de la biodiversité il y a déjà plus d'un siècle de cela. La FNC estime que cette donnée est par ailleurs une information objective, purement historique, et qu'il n'y a donc là matière à qualifier un quelconque parasitisme. Au demeurant, la LPO a parallèlement à la présente action engagée une procédure en référé devant le tribunal judiciaire de Paris par assignation du 25 juin 2021, aux fins de se voir accorder un droit de réponse quant à cette mention querellée figurant en page 24 de la brochure litigieuse, les plaidoiries dans cette affaire ayant été renvoyées au 5 octobre 2021.

S'agissant de l'utilisation de divers animaux dont des espèces d'animaux protégés, la FNC dit avoir fait le choix de quatre photographies d'espèces chassables et, d'après la LPO, sept qui seraient non-chassables, de sorte qu'il ne peut lui être reproché d'entretenir la confusion puisqu'elle présente tout type d'espèces. Elle souligne que la LPO n'a au demeurant pas le monopole des photographies d'espèces d'oiseaux non-chassables et que ces photographies d'oiseaux s'inscrivent dans une brochure contenant elle-même plus de 70 photographies d'animaux, d'humains et de paysages. Par ailleurs, la présence d'animaux dans des brochures de communication d'associations de protection de la biodiversité est très commune.

Enfin, elle soutient que la plaquette « *La chasse, cœur de biodiversité* » ne saurait être attribuée à une autre association que la FNC dans la mesure où la première et la quatrième de couvertures de la brochure comportent toutes deux le logo de la FNC, avec la mention « Fédération Nationale des Chasseurs », à côté de chaque numéro de page est rappelé le titre de la brochure, la plaquette mentionne plus 55 fois le terme « chasse » et 58 fois le terme « chasseurs », le sommaire lui-même, en page 1, comporte le terme « chasse » ou « chasseur » pas moins de 8 fois, l'objectif de la brochure est énoncé dès la 2ème page, à savoir « expliquer » la chasse et l'action des chasseurs, une photo du président de la FNC, Willy SCHRAEN, figure sur cette même page et la brochure était accompagnée d'une carte, portant le logo de la Fédération Nationale des Chasseurs, la signature de Willy SCHRAEN « Président de la Fédération Nationale des Chasseurs » ainsi que le texte suivant « *Avec les compliments de la Fédération Nationale des Chasseurs... Pour une meilleure compréhension de la chasse* ».

La SA MARKETING PUBLICITE 2000 rappelle que si l'action en concurrence déloyale suppose de prouver un risque de confusion entre les entreprises concurrentes, le succès de l'action en responsabilité pour agissements parasitaires n'est pas subordonné à l'existence d'un risque de confusion.

Elle fait valoir que la LPO n'a pas produit la pochette de présentation dans son intégralité, laquelle n'est donc pas clairement identifiable, et qu'elle ne justifie d'aucune création à proprement parler, dont les caractéristiques seraient suffisamment distinctives, pour permettre de les rattacher spécifiquement à cette dernière plus qu'à n'importe quelle autre association ou société exerçant dans le domaine de l'écologie, de la biodiversité ou plus

généralement de la nature, de sorte que le public ne saurait en l'état associer la LPO à une « charte graphique » déterminée.

Elle conteste toute appropriation possible de l'expression « agir pour la biodiversité », la FNC étant une association agréée pour la protection de l'environnement et donc bien fondée à employer le même vocabulaire que les autres acteurs agissant pour la protection de la nature et ne pourrait se voir sanctionner pour avoir utilisé des « codes » ou les « valeurs » d'association écologiste et de protection de la biodiversité. De surcroît, les liens entre la chasse et la biodiversité constituent un fond commun de vocabulaire utilisé par l'ensemble des acteurs du monde de la chasse. L'expression « AGIR POUR LA BIODIVERSITE » est également une formule couramment utilisée depuis de nombreuses années pour évoquer des thèmes tels que l'écologie, la nature ou l'environnement.

De même, ne peut faire l'objet d'une appropriation la vague au sein de laquelle des photographies de paysages ruraux et d'animaux sont reproduites et la FNC est parfaitement libre de reproduire des images d'oiseaux protégés dont la chasse est interdite, sans que cela ne constitue une faute ou un quelconque acte de parasitisme. La FNC est d'ailleurs parfaitement légitime à le faire, les illustrations d'espèces protégées ayant vocation à illustrer les actions de la FNC en faveur de la protection de la biodiversité notamment dans le cadre de la convention conclue entre la FNC et l'Office Français de la Biodiversité le 25 octobre 2019 pour une durée de 2 ans.

La SA MARKETING PUBLICITE 2000 invoque l'absence de preuve d'investissements de la LPO en relation avec les éléments revendiqués, les pièces produites par la demanderesse se rapportant aux montants totaux de dépenses de communication pour ses actions de manière générale, et de la notoriété des éléments revendiqués par la demanderesse.

S'agissant de la reproduction de deux des trois images pour lesquelles le tribunal judiciaire de céans a condamné les défenderesses en parasitisme en pages 5, 10 et 11 de la brochure litigieuse, la SA MARKETING PUBLICITE 2000 considère que l'argument de la LPO est infondé et qu'elle ne peut revendiquer un monopole sur le fait de faire figurer un cliché animalier sur une affiche, la représentation d'un animal dans son milieu naturel étant commandée par la loi du genre.

Concernant la mention, en page 24 de la brochure, de ce que : « LA LPO (LIGUE DE PROTECTION DES OISEAUX) A ETE CREEE EN 1912 PAR DES CHASSEURS », cette phrase a un but purement informatif et historique visant, non pas à parasiter la LPO, mais à expliquer que l'activité de chasseur n'est pas incompatible avec le respect et la protection de la nature et de la biodiversité, et il apparaît bien en réalité que l'un des fondateurs reconnus de la LPO, Louis MAGAUD D'AUBUSSON était bien chasseur.

Enfin, les différences entre les présentations en cause et l'identification claire et apparente de la FNC dans la brochure adressée aux élus excluent tout risque de confusion.

Sur ce,

Comme indiqué supra, est sanctionné, sur le fondement de l'article 1240 du code civil, le parasitisme qui consiste dans le fait pour une personne physique ou morale de profiter volontairement et de façon injustifiée des investissements, d'un savoir-faire ou d'un travail intellectuel d'autrui produisant une valeur économique

individualisée, et générant un avantage concurrentiel, à tout le moins une image positive et une certaine renommée dont le parasite entend bénéficier à moindre frais.

Contrairement aux actes de concurrence déloyale, le parasitisme, pour être sanctionné, ne nécessite pas que soit établi un risque de confusion dans l'esprit du public, en l'occurrence les élus destinataires de la brochure de la FNC. Par conséquent, les attestations d'élus versées au débat par les parties n'apparaissent pas utiles à la caractérisation des faits de parasitisme poursuivis.

Par ailleurs, il est suffisamment justifié par la LPO des investissements réalisés en matière de communication, si ce n'est pour chacun des éléments qu'elle oppose au titre de son action en parasitisme, du moins de façon globale pour faire connaître ses engagements et ses actions en général, dépenses qui se sont élevées à une somme comprise entre 4 et 7 millions d'euros par an entre 2017 et 2020 (pièces 11.3 à 11.6).

– pages 10 et 11 de la brochure « La chasse, cœur de biodiversité »

La LPO fonde en premier lieu ses demandes au titre du parasitisme sur la pochette qu'elle utilise pour se présenter auprès des élus, journalistes et partenaires publics et privés (page 13 de ses conclusions) mais aussi de ses adhérents (page 14) et qui se présente sous la forme suivante :



Cette page a été communiquée en copie en pièces 5.1 et 5.3 par la demanderesse et il apparaît que, pliée en deux, elle constitue la première et la quatrième de couverture d'une pochette de présentation. La demanderesse soutient que cette pochette, qu'elle a élaborée en interne comme il résulte des crédits y figurant, a été imprimée en 2013, 2018 puis 2021. Il résulte cependant de sa pièce 5.4 que les factures produites se rapportent à une « chemise LPO « Institutionnelle » », sans plus de précision quant au contenu ou à l'aspect de cette chemise en l'absence notamment de bon à tirer, et que les documents ainsi imprimés par l'imprimerie Lagarde sont au format 52,00 x 38,50 cm, ce qui ne correspond pas au format de la pochette originale remise par la LPO à l'audience de plaidoirie. Dès lors, les dates de réalisation et de diffusion de cette pochette de présentation, pas plus d'ailleurs que sa diffusion effective, ne sont pas établies et la LPO ne peut de ce fait se prévaloir de ce que les éléments de sa communication figurant sur celle-ci ont été repris par les défenderesses.

Au surplus, l'imitation visuelle poursuivie par la LPO, qui repose sur le fait que la double page ci-dessous



comporte, de manière similaire à sa pochette de présentation, un fond blanc sur lequel figure le titre « Agir encore et toujours pour la biodiversité » et une double vague légèrement croissante traversant la plaquette de part en part et au sein de laquelle des photographies de paysages ruraux et d'animaux sont reproduites, n'est pas susceptible d'être sanctionnée au titre du parastisme, les éléments en cause n'étant pas appropriables ni constitutifs d'une valeur économique individualisée dès lors qu'ils sont communs à de très nombreux visuels relatifs à la protection des espèces animales ou végétales (pages 37 à 39 des conclusions de la FNC, pages 18 à 21 des conclusions de la SA MARKETING PUBLICITE 2000) ou, s'agissant du motif de vague, qu'ils sont régulièrement utilisés sur des brochures de présentation (pages 42 et 43 FNC, pages 26 à 30 SA MARKETING PUBLICITE 2000).

– photographies d’animaux ayant fait l’objet du jugement du 12 février 2021

La LPO considère que la reproduction de la photographie d’un rouge-gorge en page 4 et d’un ragondin en pages 10-11 de la brochure diffusée par la FNC constitue la continuation des actes de parasitisme déjà sanctionnés par le tribunal judiciaire de Paris dans son jugement rendu le 12 février 2021 au titre notamment de deux affiches de la FNC comportant les mêmes images d’animaux. Cependant, comme l’avait précisément retenu le tribunal dans ce jugement, la représentation d’un animal dans son milieu naturel est commandée par la loi du genre, à savoir la communication relative à la protection des espèces animales et végétales, et la LPO ne peut revendiquer un monopole sur le fait de faire figurer un cliché animalier dans une campagne de communication. Et contrairement aux faits objets du précédent litige opposant les mêmes parties, qui portait sur des affiches comportant la photographie d’un animal isolé par l’objectif, de la même espèce, et la mise en exergue d’une partie du titre/slogan sur un bandeau de la même couleur vert foncé, les photographies en cause dans la brochure de la FNC présentent des sujets isolés, dans un cadrage serré et dépourvu de slogan ou bandeau de couleur, ce qui exclut une quelconque référence à des éléments de communication utilisés par ailleurs par la LPO. Les actes de parasitisme ne sont donc pas établis de ce chef.

– utilisation d’images d’espèces non chassables dont la LPO assure historiquement la protection

La LPO reproche aux défenderesses d’avoir majoritairement choisi de communiquer en utilisant des images d’oiseaux protégés notamment grâce à ses combats et dont le maintien et la protection sont assurés par les actions juridiques et militantes qu’elle mène, le plus souvent contre les chasseurs. Toutefois, outre que la demanderesse ne revendique aucun droit ni sur les photographies en cause, ni sur la sélection opérée dans la brochure litigieuse et qui serait susceptible de reprendre sa propre communication sur ce sujet, elle ne peut prétendre, au nom des actions en faveur de la protection des oiseaux qu’elle mène de longue date, s’arroger un monopole sur la communication relative aux espèces protégées ou chassables en France, pas plus que sur leur protection elle-même. D’ailleurs, comme le révèlent ses écritures, le grief invoqué relève davantage de l’appréciation de la sincérité du message que la FNC souhaite promouvoir dans sa brochure, puisque la LPO « *est d’avis que la chasse ne s’explique pas en communiquant sur des oiseaux protégés dont la chasse est interdite et dont la LPO assure la protection depuis plus de 100 ans* ». Et il n’appartient pas au juge des référés, saisi d’une action en parasitisme, de juger si la communication de la FNC est appropriée au regard des objectifs qu’elle poursuit ou au regard de la protection de certaines espèces exclues de la chasse en France, mission dont la LPO n’est pas seule investie.

– rapprochement opéré entre la LPO et les activités des chasseurs et de la FNC

La LPO estime que l’assertion selon laquelle « LA LPO (LIGUE DE PROTECTION DES OISEAUX) A ETE CREEE EN 1912 PAR DES CHASSEURS » qui figure à la page 24 de la brochure « *La chasse, cœur de biodiversité* » (ci-dessous)

De nombreuses fédérations s'investissent pour sauvegarder la biodiversité ordinaire:

C'aide aux plus démunis
Les fédérations départementales participent régulièrement à l'opération « Les Oiseaux à l'ère du cœur » en collaboration avec FranceProspective, en fournissant du matériel aux banques alimentaires.

Opération hirondelles:
Aide à la nidification des hirondelles en mettant à leur disposition des becs à boue.

Opération "Des oiseaux dans mon jardin"
Consistait à remettre gratuitement des nichoirs à des voisins afin de les sensibiliser aux petites passereaux, pour qu'ils puissent les observer, les reconnaître et aussi les recenser.

Les centres de soins pour oiseaux
Certaines fédérations n'hésitent pas à participer financièrement à des centres de soins pour les oiseaux blessés ou à en être à l'origine comme la Fédération des Landes avec son Centre Alca Torda versant un aide aux oiseaux marins blessés ou échoués.

Alca Torda

LA LPO (LIQUE DE PROTECTION DES OISEAUX) A ÉTÉ CRÉÉE EN 1912 PAR DES CHASSEURS

89% des oiseaux ne sont pas chassés
La France compte 678 espèces d'oiseaux dont 61 sont chassés dans un cadre strict contrôlé.

Les femmes et la chasse
Les femmes représentent 15% des inscriptions au permis de chasse.

La Fondation pour la Protection des Habitats de la Faune Sauvage
Créée par les chasseurs, la Fondation a pour but de protéger l'environnement et la biodiversité pour pallier la déforestation ou la disparition, à un rythme alarmant, de nombreux espaces naturels. La Fondation est propriétaire de plus de 5 000 hectares dans 14 départements qui sont gérés par les Fédérations Départementales des Chasseurs.

FONDATION POUR LA PROTECTION DES HABITATS DE LA FAUNE SAUVAGE

Ces chasseurs ont de cœur

LA CHASSE, C'EST DE BIEN DIVERSITÉ!

n'a pas d'autre sens que de parasiter la demanderesse puisque dans les faits, la LPO a vu le jour lors d'une séance de la Société Nationale d'Acclimatation de France du 26 janvier 1912 à l'initiative d'ornithologues, Albert Chapelier et Louis Magaud d'Aubusson, afin de protéger les oiseaux menacés, notamment par la chasse, et que les hobbies pratiqués en 1912 par certains fondateurs de la LPO n'ont aucun rapport avec la place qu'a acquis cette association en France en matière de protection de la nature.

La demanderesse relève également que la brochure en cause présente en pages 4 et 24 la pose d'une balise de géolocalisation sur un courlis et le baguage et relâché d'une cigogne blanche, toutes deux espèces protégées alors que la LPO a pour activité historique la création et la gestion de centres de soin, l'établissement de nichoirs artificiels et le comptage des animaux.

Toutefois, la demanderesse n'établit pas que cette référence à sa création en 1912 par des personnes pratiquant la chasse aurait pour

but de tenter de capter une partie de la notoriété dont bénéficie la LPO. Cette référence historique apparaît vouloir établir un parallèle entre l'action de la LPO et celle des chasseurs, parallèle dont il n'appartient pas au juge des référés d'apprécier la pertinence ou la véracité dans le cadre du présent litige, une autre instance étant pendante à ce propos devant ce tribunal, dans le cadre de laquelle la LPO sollicite un droit de réponse.

Quant aux images de baguage d'oiseaux et de pose de balises de géolocalisation, la LPO ne peut prétendre, du fait des actions similaires qu'elle a engagées, s'arroger un monopole tant sur ce type d'activité que sur la communication y afférente et ainsi vouloir interdire à d'autres acteurs, dont elle ne partage pas la philosophie, de communiquer également sur leurs propres actions en ce domaine.

Par conséquent, les actes de parasitisme poursuivis par la LPO ne sont pas établis avec la vraisemblance requise en référé et l'ensemble de ses demandes formées à ce titre seront rejetées.

Sur la contrefaçon des marques n°13 4 048 268 et n° 19 4 536 070

La LPO poursuit des actes de contrefaçon par imitation des marques dont elle est titulaire, la brochure de la FNC caractérisant un usage dans la vie des affaires puisqu'elle est destinée à promouvoir l'activité de la chasse auprès des élus auxquels elle a été diffusée et une atteinte ayant été portée à la fonction essentielle des marques déposées qui est de garantir la qualité des services proposés.

Le signe litigieux (« AGIR encore et toujours pour la BIODIVERSITE », pages 10 et 11 de la brochure) reprend les termes de la marque verbale et les éléments verbaux de la marque semi-figurative dont la LPO est titulaire, l'ajout des termes « encore et toujours » n'ayant pas d'incidence majeure.

La marque verbale n°4048268 a notamment été déposée pour la classe de services n°41 (« *Éducation ; formation ; divertissement ; activités sportives et culturelles* » qui comprend la mise à disposition d'informations en matière d'éducation et de divertissement et n°38 « *Télécommunications* ») qui comprend la communication par terminaux d'ordinateurs. La marque semi-figurative n°4536070 a notamment été déposée pour la classe de services n°35 (« *Publicité ; gestion des affaires commerciales ; administration commerciale ; travaux de bureau* ») qui comprend notamment la diffusion de matériel publicitaire (tracts, prospectus, imprimés, échantillons), la publication de textes publicitaires, la diffusion d'annonces publicitaires et les relations publiques. Ces services sont identiques à ceux utilisés par la FNC dont la brochure vise à diffuser du matériel publicitaire et mettre à disposition des informations en matière d'éducation et de divertissement.

Il en résulte un risque de confusion dans l'esprit du public du fait des similitudes visuelles, phonétiques et conceptuelles entre les signes.

La LPO fait par ailleurs valoir qu'il n'entre pas dans les pouvoirs du juge des référés d'apprécier le bien fondé des conditions du dépôt des marques, au-delà de l'évidence lui permettant d'apprécier les circonstances de l'espèce qui lui est soumise, de sorte que lorsque les marques ont été déposées et enregistrées, elles sont, à ce titre, valides jusqu'à ce qu'il en soit décidé différemment par le juge compétent.

La FNC conteste la validité des marques dont est titulaire la LPO, le slogan « Agir pour la biodiversité » étant purement descriptif en

matière de défense des causes relatives à la protection de l'environnement et ne pouvant constituer une marque protégeable en tant que telle. De plus, une association ne peut pas déposer un slogan comme marque si, ce faisant, elle interdit tout débat démocratique sur ce sujet et porte atteinte à la liberté d'expression en faisant interdiction à tout citoyen, association ou mouvement politique de faire usage de ce slogan. En l'occurrence seule l'adjonction du logo de la LPO permet de donner un caractère distinctif à la marque semi-figurative dont est titulaire la demanderesse, tandis que l'assemblage des différents termes a pu donner un caractère distinctif à la marque verbale dont une partie ne peut être extraite par la LPO pour agir en contrefaçon.

La FNC affirme qu'en tout état de cause, ni la contrefaçon alléguée, ni le risque de confusion ne sont établis par la LPO en l'absence de similitude visuelle ou phonétique entre les signes et les produits et services couverts par l'enregistrement de la marque verbale n°13 4 048 268 étant différents de ceux offerts par la brochure de la FNC.

La SA MARKETING PUBLICITE 2000 invoque l'existence d'un doute sérieux quant à la validité des marques opposées par la LPO. Le juge des référés doit selon elle statuer sur les contestations qui sont élevées devant lui pour s'opposer aux mesures demandées et ces contestations peuvent porter sur la validité du titre lui-même puisque faute de titre, la vraisemblance de la contrefaçon ne peut être soutenue. Il lui appartient alors dans ce cas d'apprécier le caractère sérieux ou non de la contestation afin d'empêcher l'utilisation de la voie des référés pour obtenir des mesures graves d'interdiction qui fausseraient le jeu de la libre concurrence.

En l'occurrence, elle invoque la déchéance des droits de la LPO sur la marque verbale n°13 4 048 268 pour défaut d'usage, cette marque n'étant jamais utilisée telle que déposée mais toujours sous une forme modifiée, ainsi que le défaut de caractère distinctif des deux marques opposées, seule la présence du logo de la LPO et la mention du terme LPO étant distinctives mais n'étant pas repris dans la brochure de la FNC. L'expression « Agir pour la biodiversité » permet seulement à la LPO de désigner une de ses missions et ne peut être perçu comme une indication de l'origine commerciale des services pour lesquels les marques sont enregistrées.

En tout état de cause, la contrefaçon n'est pas établie dans la mesure où les termes « AGIR encore et toujours pour la BIODIVERSITE » ne sont pas utilisés par les défenderesses à titre de marque mais dans leur sens courant et en l'absence de tout risque de confusion.

Sur ce,

L'article L. 713-2 du code de la propriété intellectuelle dispose que *« Est interdit, sauf autorisation du titulaire de la marque, l'usage dans la vie des affaires pour des produits ou des services :*

1° D'un signe identique à la marque et utilisé pour des produits ou des services identiques à ceux pour lesquels la marque est enregistrée ;

2° D'un signe identique ou similaire à la marque et utilisé pour des produits ou des services identiques ou similaires à ceux pour lesquels la marque est enregistrée, s'il existe, dans l'esprit du public, un risque de confusion incluant le risque d'association du signe avec la marque. »

– validité des marques

S'il n'appartient pas au juge des référés de statuer sur la validité de marques, il demeure de son office d'examiner si les moyens susceptibles d'être soulevés à cet égard devant le juge du fond sont de nature à établir que l'atteinte alléguée par le titulaire de la marque est ou non vraisemblable.

S'agissant de la déchéance invoquée par la SA MARKETING PUBLICITE 2000, elle serait encourue par la LPO en application de l'article L. 714-5 du code de la propriété intellectuelle qui dispose dans son premier alinéa que « *Encourt la déchéance de ses droits le titulaire de la marque qui, sans justes motifs, n'en a pas fait un usage sérieux, pour les produits ou services pour lesquels la marque est enregistrée, pendant une période ininterrompue de cinq ans. Le point de départ de cette période est fixé au plus tôt à la date de l'enregistrement de la marque suivant les modalités précisées par un décret en Conseil d'Etat* ».

Il résulte des pièces versées au débat par la défenderesse, en l'absence de pièces produites par la LPO quant à l'usage sérieux qu'elle ferait de la marque n°13 4 048 268, composée des termes suivants :

BIODIV'ACTEUR(S)
BIODIVERSITE ACTEUR(S)
LPO – AGIR POUR LA DIVERSITE
AGIR POUR LA BIODIVERSITE,

que la demanderesse ne fait usage de ce signe que sous une forme modifiée, seul le terme Biodiv'acteurs étant utilisé dans ses campagnes de communication (pièce 15 MARKETING PUBLICITE 2000) et non pas à titre de marque mais afin d'inciter les personnes consultant le site internet de la LPO à participer aux actions menées par celle-ci et pour désigner les personnes s'engageant ainsi en faveur de la défense de la biodiversité.

Par conséquent, en l'absence d'usage sérieux de la marque verbale n°13 4 048 268, la LPO ne peut se prévaloir du caractère vraisemblable de l'atteinte à ses droits. Ses demandes au titre de la contrefaçon de cette marque seront donc rejetées.

Par ailleurs, s'agissant du caractère descriptif de la marque semi-figurative n° 19 4 536 070, la SA MARKETING PUBLICITE 2000 invoque les dispositions de l'article L. 711-2 du code de procédure civile aux termes duquel « *Ne peuvent être valablement enregistrés et, s'ils sont enregistrés, sont susceptibles d'être déclaré nuls :*

1° *Un signe qui ne peut constituer une marque au sens de l'article L. 711-1 ;*

2° *Une marque dépourvue de caractère distinctif ;*

3° *Une marque composée exclusivement d'éléments ou d'indications pouvant servir à désigner, dans le commerce, une caractéristique du produit ou du service, et notamment l'espèce, la qualité, la quantité, la destination, la valeur, la provenance géographique, l'époque de la production du bien ou de la prestation du service ;*

4° *Une marque composée exclusivement d'éléments ou d'indications devenus usuels dans le langage courant ou dans les habitudes loyales et constantes du commerce ; (...)* ».

Si les termes « Agir pour la biodiversité » apparaissent comme une description de l'un des aspects de l'activité de la LPO, il convient de relever, comme le font d'ailleurs les défenderesses dans leurs écritures, que la présence de l'élément figuratif constitué du logo de la LPO constitué d'un carré montrant deux macareux sur un fond bleu en dessous desquels figurent les lettres LPO en blanc donne un caractère distinctif à la marque semi-figurative opposée. Par

conséquent, ce moyen n'est pas de nature à priver la LPO de la vraisemblance de l'atteinte à ses droits.

– sur la contrefaçon par imitation

Les signes en présence étant différents, l'appréciation de la contrefaçon doit être effectuée au regard des dispositions de l'article 713-2, 2° du code de la propriété intellectuelle et il y a lieu de rechercher si, au regard d'une appréciation globale des degrés de similitude entre les signes et entre les produits désignés, il existe un risque de confusion dans l'esprit du public concerné, ce risque de confusion devant être apprécié en tenant compte de tous les facteurs pertinents du cas d'espèce qui incluent en particulier, leur nature, leur destination, leur utilisation ainsi que leur caractère concurrent ou complémentaire.

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.

Il est toutefois nécessaire au préalable d'examiner s'il est fait usage du signe litigieux dans la vie des affaires et à titre de marque.

En l'espèce, les termes « AGIR encore et toujours pour la BIODIVERSITE » figurent dans le coin supérieur gauche de la page 10 de la brochure de la FNC adressée aux élus mais également disponible sur le site internet de la défenderesse (pièce 3 LPO). Cette dernière cherchant, par sa diffusion, à expliquer et mieux faire comprendre la chasse et étant en charge de la défense des intérêts des chasseurs et des activités cynégétiques, il est fait usage du signe litigieux dans la vie des affaires.

Par ailleurs, les termes litigieux constituent le titre de la double page 10-11 de cette brochure, chaque double page comportant un titre (par exemple, « La CHASSE, une CHANCE pour nos VILLAGES », pages 6 et 7 ; « La CHASSE agit directement pour la SAUVEGARDE des ECOSYSTEMES », pages 8 et 9 ; « La CHASSE, un ACTEUR ECONOMIQUE IMPORTANT », pages 12 et 13) dans la même typographie et les mêmes codes couleur (deux nuances de vert, termes importants en lettres capitales, soulignement de certains mots en vert plus clair). Il apparaît ainsi que ces termes sont utilisés dans leur acception usuelle, pour présenter le contenu des pages 10 et 11, et non à titre de marque pour garantir l'origine ou la qualité des services offerts par la FNC, ce dont il résulte l'absence d'atteinte vraisemblable aux droits de la LPO sur la marque semi-figurative n° 19 4 536 070. La LPO sera donc également déboutée de sa demande en contrefaçon de ce chef.

Sur les demandes reconventionnelles en procédure abusive

La FNC et la SA MARKETING PUBLICITE 2000 formulent toutes les deux des demandes de dommages et intérêts à hauteur de la somme de 50 000 euros chacune.

La FNC fait valoir que la présente procédure est particulièrement abusive et a été engagée par la LPO avec une volonté claire de nuire à la FNC, et en tous cas avec une légèreté blâmable. La LPO n'a pas pris la peine de produire aux débats les éléments qui pourraient justifier les actes parasitisme poursuivis. Cette action est manifestement fondée sur une idéologie politique que la LPO tente de défendre mais celle-ci ne peut instrumenter la justice pour servir sa cause.

La SA MARKETING PUBLICITE 2000 indique que la présente action de la LPO est vraisemblablement fondée sur des considérations politiques plutôt que sur des droits qui lui seraient propres. Il s'agit là

de la troisième action intentée à l'égard des défenderesses, traduisant un véritable harcèlement judiciaire. C'est sciemment que la LPO a initié la présente action uniquement mue par la ferme intention de nuire à l'agence MARKETING PUBLICITE 2000 et à la campagne qu'elle a créée pour le compte de la FNC.

La LPO réplique que la présente procédure n'est pas fondée sur des considérations politiques et qu'elle se contente d'utiliser les voies de droit qui lui sont offertes pour défendre ses intérêts et faire valoir ses droits.

Sur ce,

L'action en justice est un droit qui dégénère en abus ouvrant droit, sur le fondement de l'article 1240 du code civil, à une créance de dommages et intérêts en cas de faute du plaideur.

En l'espèce, la LPO, titulaire de marques enregistrées, a pu se méprendre sur ses droits en agissant au titre de la contrefaçon de celles-ci. Par ailleurs, s'agissant des actes de parasitisme, les demandes formées à l'encontre des mêmes défenderesses dans le cadre d'une affaire antérieure ayant été accueillies par ce tribunal, la LPO a pu estimer que ses demandes en référé étaient établies avec la vraisemblance nécessaire pour voir ordonner les mesures d'interdiction et de réparation sollicitées. Par conséquent, il n'y a pas lieu de la condamner au titre de l'abus de procédure dans la présente instance.

Sur les autres demandes

La LPO, qui succombe, supportera les dépens ainsi que ses propres frais.

En application des dispositions de l'article 700 du code de procédure civile, la partie tenue aux dépens ou à défaut la partie perdante, est condamnée au paiement d'une somme au titre des frais exposés et non compris dans les dépens, en tenant compte de l'équité ou de la situation économique de la partie condamnée.

La LPO sera condamnée à payer à la FNC et à la SA MARKETING PUBLICITE 2000 la somme de 7 000 euros chacune au titre des frais irrépétibles.

PAR CES MOTIFS

Le juge des référés, statuant publiquement, par ordonnance contradictoire, mise à disposition au greffe et en premier ressort,

Se déclare compétent pour connaître de l'action en parasitisme et en contrefaçon de marques engagée par l'association LIGUE FRANCAISE POUR LA PROTECTION DES OISEAUX,

Déclare l'association LIGUE FRANCAISE POUR LA PROTECTION DES OISEAUX recevable en son action en parasitisme et en contrefaçon de marques,

Déboute l'association LIGUE FRANCAISE POUR LA PROTECTION DES OISEAUX de ses demandes en parasitisme et en contrefaçon de marques,

Déboute l'association FEDERATION NATIONALE DES CHASSEURS et la SA MARKETING PUBLICITE 2000 de leurs demandes reconventionnelles en procédure abusive,

Condamne l'association LIGUE FRANCAISE POUR LA PROTECTION DES OISEAUX à payer à la FEDERATION NATIONALE DES CHASSEURS et à la SA MARKETING PUBLICITE 2000 la somme de 7000 euros chacune au titre de l'article 700 du code de procédure civile,

Condamne l'association LIGUE FRANCAISE POUR LA PROTECTION DES OISEAUX aux dépens,

Rappelle que la présente décision est assortie de plein droit de l'exécution provisoire.

Fait à Paris le **18 octobre 2021**

Le Greffier,

Le Président,

Minas MAKRIS

Laurence BASTERREIX