

**TRIBUNAL JUDICIAIRE
DE MARSEILLE**

PREMIERE CHAMBRE CIVILE

JUGEMENT N° 25/ DU 02 Octobre 2025

Enrôlement : N° RG 23/08471 - N° Portalis DBW3-W-B7H-3VJP

**AFFAIRE : S.A.S. RICHARDSON (Me Guy ALIAS)
C/ S.A. LEROY MERLIN FRANCE (Me Jean-Mathieu LASALARIE)**

DÉBATS : A l'audience Publique du 26 Juin 2025

COMPOSITION DU TRIBUNAL :

**Président : SPATERI Thomas, Vice-Président (juge rapporteur)
Assesseur : BERGER-GENTIL Blandine, Vice-Présidente
Assesseur : BERTHELOT Stéphanie, Vice-Présidente**

Greffier lors des débats : ALLIONE Bernadette

Vu le rapport fait à l'audience

**A l'issue de laquelle, les parties ont été avisées que le prononcé de la décision
aurait lieu par mise à disposition au greffe le : 02 Octobre 2025**

**Jugement signé par SPATERI Thomas, Vice-Président et par ALLIONE
Bernadette, Greffier à laquelle la minute de la décision a été remise par le
magistrat signataire.**

NATURE DU JUGEMENT

contradictoire et en premier ressort

NOM DES PARTIES

DEMANDERESSE

Société RICHARDSON

SAS immatriculée au RCS de Marseille sous le numéro B 054 800 958, dont le siège social est sis 2 place Gantes - 13002 MARSEILLE, prise en la personne de son représentant légal en exercice domicilié en cette qualité audit siège

représentée par Maître Guy ALIAS, avocat au barreau de MARSEILLE

C O N T R E

DEFENDERESSE


Société LEROY MERLIN FRANCE

SA immatriculée au RCS de Lille sous le numéro 384 560 942, dont le siège social est sis Rue Chanzy - 59260 LEZENNES, prise en la personne de son représentant légal en exercice domicilié en cette qualité audit siège

représentée par Maître Jean-Mathieu LASALARIE, avocat postulant au barreau de MARSEILLE et par Maître Arnaud CASALONGA et Maître Juliette DIONISIS de la SAS CASALONGA, avocats plaidants au barreau de PARIS

EXPOSE DU LITIGE :

Faits et procédure :

La SAS RICHARDSON est titulaire de la marque française 

marque semi-figurative, déposée le 16 septembre 2016 et enregistrée sous le n° 16 4 299 823 désignant les produits suivants :

Classe 11 : Baignoires ; bidets ; cabines de douche ; cuvettes de toilettes [W.-C.] ; diffuseurs [éclairage] ; douches ; appareils et installations d'éclairage ; éviers ; lavabos ; radiateurs électriques ; radiateurs [chauffage] ; robinets ; appareils et installations sanitaires ; sièges de toilettes [W.-C.] ; toilettes [W.-C.] ; urinoirs ;

Classe 19 : Carreaux non métalliques pour la construction ; carreaux non métalliques pour sols ; carreaux non métalliques pour murs ; carrelages non métalliques pour sols ;

Classe 20 : Armoires ; glaces [miroirs] / miroirs [glaces] ; meubles / pièces d'ameublement ; patères [crochets] pour vêtements, non métalliques ; porte-serviettes [meubles] ; portemanteaux [meubles] ; portes de meubles.

Reprochant à la société LEROY MERLIN de commercialiser des produits identiques ou similaires sous la marque EASY, la société RICHARDSON a mis en demeure cette dernière de cesser l'exploitation du sigle EASY par lettre du 21 septembre 2021.

Par acte de commissaire de justice du 4 août 2023 la société RICHARDSON a fait assigner la société LEROY MERLIN FRANCE.

Demandes et moyens des parties :

Aux termes de ses dernières conclusions en date du 30 mars 2025 la société RICHARDSON demande au tribunal de :

- ordonner la cessation immédiate de l'usage, sous quelque support que ce soit, physique ou immatériel par la société LEROY MERLIN du signe EASY ou tout autre signe imitant la marque EAZY de la société RICHARDSON et le retrait des circuits commerciaux des produits présentés à la vente sous le signe contesté, et ce, sous astreinte de 500 € par infraction constatée après l'expiration d'un délai de 1 mois suivant la signification de la décision à intervenir ;
- condamner la société LEROY MERLIN à lui payer la somme de 20.000 € de dommages et intérêts ;
- condamner la société LEROY MERLIN à lui payer la somme de 3.000 € en application de l'article 700 du code de procédure civile.

Au soutien de ses demandes, la société RICHARDSON fait valoir que la société LEROY MERLIN désigne plusieurs de ses produits dans des classes de produits identiques à celles de la société RICHARDSON sous le signe EASY, que ce signe est bien utilisé pour identifier une gamme de produits à l'instar d'une marque.

Sur la comparaison des signes, la société RICHARDSON expose que les deux signes en cause sont identiques phonétiquement, que visuellement les différences ne sont pas de nature à écarter une perception très proche de ces signes, qui demeurent marqués par la longue séquence caractéristique de lettres et de sonorités communes et constitutives de la marque antérieure, et qu'intellectuellement, l'adjectif anglo-saxon EASY, aisément traduit par le terme français «simple, facile» fait donc en premier lieu référence, comme la marque antérieure, à sa simplicité d'utilisation.

Elle en déduit qu'en commercialisant des produits semblables, sous un signe similaire, la société LEROY MERLIN a nécessairement porté atteinte à la société RICHARDSON propriétaire de la marque EAZY en commettant un acte de contrefaçon. Plus précisément sur l'existence des actes de contrefaçon, la société RICHARDSON expose que le signe EASY est exploité par la société LEROY MERLIN comme une marque de produit ou de ligne de produits utilisée en

complément d'une marque mère SENSEA.

La société RICHARDSON soutient encore que sa marque n'encourt pas la déchéance pour défaut d'usage en se référant à ses catalogues des années 2019 à 2023, des factures émises entre 2019 et 2024 et des statistiques de vente des années 2022 à 2024 notamment, ainsi que des extraits de son site internet.

Sur le caractère distinctif de la marque, la société RICHARDSON expose qu'elle a été admise par l'INPI, que s'agissant d'une marque figurative elle se distingue par sa typographie et la présence d'un « e » inversé qui en constitue l'accroche, sa présentation séparant deux zones de couleur et encore l'usage particulier de la lettre « Z » qui apportent les éléments distinctifs suffisants validant l'usage de la marque enregistrée, et qu'en considération de l'impression d'ensemble produite visuellement par la marque, il apparaît que le consommateur, particulier ou professionnel, est conduit à considérer la marque comme la marque des produits sanitaires, robinetterie, meubles, carrelages, et accessoires de salle de bain identifiés sur le catalogue ou sur les points de vente de la société RICHARDSON.

La société LEROY MERLIN par conclusions du 20 janvier 2025 demande au tribunal de :

- prononcer la déchéance des droits de la société RICHARDSON sur la marque n° 16 4 299 823 pour défaut d'usage sérieux,
- débouter la société RICHARDSON de ses demandes ;
- condamner la société RICHARDSON à lui payer la somme de 3.000 € de dommages et intérêts pour procédure abusive ;
- condamner la société RICHARDSON à lui payer la somme de 10.000 € en application de l'article 700 du code de procédure civile.

La société LEROY MERLIN fait valoir que la seule production du catalogue de la société RICHARDSON pour l'année 2022 ne permet pas de démontrer une exploitation de la marque qu'elle revendique pendant au moins cinq ans, qu'il n'est pas prouvé que ce catalogue a été communiqué au public, que pour les autres catalogues le signe EAZY n'est utilisé que pour désigner une gamme de produits de la marque RICHARDSON, qu'il n'est pas non plus démontré que ces catalogues ont été diffusés, que les factures produites ne portent pas la reproduction de la marque revendiquée mais n'en reprennent que pour quelques unes que le seul élément verbal mais qu'y figure la marque RICHARDSON immédiatement perceptible, et qu'en tout état de cause les quantités de produits mentionnés sur ces factures sont trop faibles pour justifier un usage sérieux pour chacune des classes de produits pour lesquelles la marque a été déposée.

Sur les actes de contrefaçon, la société LEROY MERLIN expose qu'elle ne fait qu'utiliser le vocable « easy » écrit correctement et dans son sens courant pour décrire la facilité d'installation et d'usage des produits commercialisés sous la marque SENSEA, qu'il n'y a dans ces conditions pas de risque de confusion puisque seule cette dernière permet au consommateur d'identifier l'origine commerciale des produits. Elle ajoute qu'il existe sur le marché d'autres produits commercialisés sous le vocable « easy », notamment des accessoires de salles de bain et produits de bricolage, mais également comme nom commercial ou enseignes, que la marque figurative « eazy » a un caractère descriptif et non distinctif de sorte que le consommateur ne l'associera pas à une origine commerciale, et qu'elle se distingue suffisamment du vocable anglais « easy » notamment sur le plan visuel, et que l'absence de risque de confusion est d'autant plus avéré que les deux signes coexistent depuis 7 ans.

Sur le préjudice, la société LEROY MERLIN soutient que celui-ci n'est pas démontré, la société RICHARDSON se contentant de solliciter une somme forfaitaire sans démontrer le trouble commercial éprouvé.

L'ordonnance de clôture a été rendue le 1er avril 2025 avec effet du 19 juin 2025.

MOTIFS DE LA DECISION :

Sur la déchéance de la marque :

Aux termes de l'article L714-5 du code de la propriété intellectuelle, encourt la déchéance de ses droits le titulaire de la marque qui, sans justes motifs, n'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 d'enregistrement de la marque suivant les modalités précisées par décret en Conseil d'État.

Il y a usage sérieux de la marque lorsqu'elle est utilisée conformément à sa fonction de garantie de l'identité des produits et services pour lesquels elle a été enregistrée, usage emportant un contact de la marque avec la clientèle.

Il n'y a pas usage sérieux si elle sert à identifier des produits ou services similaires, si elle constitue une dénomination sociale ou un nom commercial ou encore si elle est uniquement apposée sur des documents publicitaires.

L'exploitation est appréciée selon des critères qualitatifs et non quantitatifs, il suffit qu'elle soit effective.

En l'espèce la société RICHARDSON produit aux débats ses catalogues des années 2018 à 2023 dans lesquels est reproduite la marque n° 16 4 299 823 dont elle est titulaire, pour identifier du mobilier de salle de bain et des articles de robinetterie, ainsi que du carrelage. Ces catalogues mentionnent en outre les conditions générales de vente et les lieux de vente, ce qui démontre qu'il ne s'agit pas de documents à usage interne mais destinés à une diffusion auprès de la clientèle.

Sont également produites diverses factures pour les années 2019 à 2024 faisant état de la vente à des professionnels d'articles identifiés comme faisant partie de la gamme « EAZY », et des statistiques de vente de ces produits pour les années 2022 à 2024.

Ces éléments permettent de démontrer un usage sérieux de la marque n° 16 4 299 823 pendant une durée d'au moins cinq ans depuis son enregistrement, dans les conditions rappelées ci-dessus.

Cette marque n'encourt donc pas la déchéance du fait de son non usage prolongée, la demande de la société LEROY MERLIN en ce sens devant en conséquence être rejetée.

La société LEROY MERLIN, en dépit des développements contenus dans ses conclusions sur la nullité de la marque pour défaut de caractère distinctif, ne formule pas de demande d'annulation dans le dispositif de ses écritures. Le tribunal n'étant pas régulièrement saisi d'une telle demande, il n'y a pas lieu de ce prononcer sur ce point.

Sur la contrefaçon de marque :

L'article L713-2 du code de la propriété intellectuelle 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 utilisée 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 avec la marque.

L'appréciation de la contrefaçon s'effectue au regard des ressemblances, non des différences. Il appartient au juge d'établir une comparaison entre le bien intellectuel approprié et le bien contrefaisant. Il dégage dans cette opération des similitudes allant au-delà du hasard ou de la nécessité technique pour en déduire la présence d'une contrefaçon. C'est alors éventuellement l'impression d'ensemble qui permet de constater la présence d'une contrefaçon.

Les signes doivent être appréciés tels qu'ils ressortent de l'enregistrement, sans tenir compte des conditions d'exploitation de la marque.

Concernant les similitudes visuelles, auditives ou conceptuelles, l'appréciation globale de l'existence d'un risque de confusion entre une marque antérieure et un signe contesté doit être fondée sur l'impression d'ensemble produite par ces signes sur le consommateur d'attention moyenne, en prenant en compte les éléments distinctifs et dominants.

Constitue un risque de confusion l'éventualité que le public puisse croire que les produits ou services en cause proviennent de la même entreprise ou d'entreprises liées économiquement. Ce risque doit être apprécié globalement, selon la perception que le public a des signes et des produits ou services en cause et en tenant compte de tous les facteurs pertinents.

L'appréciation globale évoquée ci-dessus implique une certaine interdépendance entre les facteurs pris en compte et, notamment, entre la similitude des marques et celle des produits ou services désignés. Ainsi plus la similitude entre les produits et services couverts par la marque est grande et plus le caractère distinctif est fort, plus le risque de confusion est élevé.

La victime potentielle du risque d'erreur quant à l'origine des produits ou services est le client de la marque qui n'a pas en même temps les deux signes sous les yeux. Il y a donc lieu de se référer à l'impression d'ensemble laissée par la marque dans l'esprit d'un client moyen.

S'agissant du public pertinent, il sera relevé que tandis que la société RICHARDSON commercialise des produits, ainsi qu'il résulte de ses factures, auprès de professionnels de la plomberie et de l'installation de salles de bain. Il s'agit donc de consommateurs particulièrement avertis.

La société LEROY MERLIN commercialise les siens auprès du grand public, ainsi qu'il résulte des captures d'écran de son site internet.

Le public visé par les deux signes en cause n'est donc pas le même.

Sur le plan visuel, les deux signes en cause ne sont pas identiques puisque la marque semi-figurative n° 16 4 299 823 comporte le mot « eazy » avec la lettre Z, l'ensemble du vocable étant écrit avec une police de caractères particulière et facilement identifiable et partiellement en couleurs, alors que le vocable « easy » utilisé par la société LEROY MERLIN n'utilise ni cette particularité orthographique, ni cette police de caractère, ni la couleur donnant une physionomie caractéristique à l'ensemble.

En outre le signe « easy » utilisé par la société LEROY MERLIN est toujours, d'après les clichés et captures d'écran produits aux débats, associé à la marque semi-figurative « Sensea ».

La similitude doit donc être considérée comme moyenne même si trois des quatre lettres qui composent les deux signes sont identiques.

Sur le plan phonétique, les deux signes en cause contiennent les mêmes sonorités, les lettres S et Z placées entre deux voyelles se prononçant de façon identique. La similitude phonétique doit donc être considérée comme forte.

Sur le plan conceptuel, à savoir la signification que le public pertinent associe au signe, il y a lieu de relever que le vocable « easy » apposé par la société LEROY MERLIN sur des emballages de produits de robinetterie, et d'après un extrait de catalogue en ligne pour identifier une gamme de meubles de rangement et accessoires de décoration, est toujours associé à la marque semi-figurative « Sensea ». La société LEROY MERLIN produit par ailleurs plusieurs extraits de sites internet marchands montrant que ce vocable est régulièrement utilisé par des tiers, associé à d'autres marques, y compris pour des produits et services similaires à ceux en cause.

Même s'il s'agit d'un mot tiré de la langue anglaise, il est aisément traduit en français par le mot « facile » et est donc susceptible dès lors qu'il est présenté sans graphie particulière, de souligner une simple caractéristique du produit qu'il désigne.

Ainsi, concernant l'usage du vocable « easy » par la société LEROY MERLIN, il résulte de son site internet que celui-ci est accompagné d'un court texte indiquant notamment que « les produits Easy sont astucieux, facile à vivre comme ils sont pratiques à utiliser et à nettoyer, vous gagnez du temps ». Il s'agit donc de souligner la facilité d'emploi d'une gamme de produits de la marque « Sensea ». Le terme « easy » est donc utilisé tout autant pour identifier des produits que pour souligner une caractéristique, à savoir leur facilité d'utilisation.

Dans ces conditions le risque de confusion sur le plan conceptuel apparaît faible.

Au total, sur les trois plans précités, la similitude des signes doit être considérée comme faible.

Il s'en déduit que le risque de confusion n'est pas établi. Il ne peut donc pas être considéré que l'emploi du signe « easy » associé à la marque « Senea » par la société LEROY MERLIN porte atteinte à la marque n° 16 4 299 823 de la société RICHARDSON. Celle-ci sera en conséquence déboutée de ses demandes.

Sur la demande reconventionnelle pour procédure abusive :

L'exercice d'une action en justice ne peut constituer un abus de droit que dans des circonstances particulières le rendant fautif.

En l'espèce la société LEROY MERLIN ne démontre pas, sinon par de simples affirmations, l'existence de telles circonstances. Celles-ci ne peuvent en tout état de cause pas se déduire du caractère non fondé des prétentions de la société RICHARDSON.

La société LEROY MERLIN sera donc déboutée de ce chef de demande.

Sur les demandes accessoires :

La société RICHARDSON, qui succombe à l'instance, en supportera les dépens, avec droit de recouvrement direct au profit de maître CASALONGA conformément à l'article 699 du code de procédure civile.

Elle sera encore condamnée à payer à la société LEROY MERLIN la somme de 3.000 € en application de l'article 700 du code de procédure civile.

L'exécution provisoire du présent jugement étant de droit, il n'y a pas lieu de l'ordonner par une disposition particulière.

PAR CES MOTIFS :

Le tribunal, statuant par jugement contradictoire et en premier ressort :

Déboute la société LEROY MERLIN de sa demande tendant à la déchéance de la marque n° 16 4 299 823 de la société RICHARDSON ;

Déboute la société RICHARDSON de ses demandes ;

Déboute la société LEROY MERLIN de sa demande reconventionnelle de dommages et intérêts pour procédure abusive ;

Condamne la société RICHARDSON aux dépens, avec droit de recouvrement direct au profit de maître CASALONGA conformément à l'article 699 du code de procédure civile ;

Condamne la société RICHARDSON à payer à la société LEROY MERLIN la somme de 3.000 € en application de l'article 700 du code de procédure civile.

AINSI JUGÉ, PRONONCÉ ET MIS À DISPOSITION AU GREFFE DE LA PREMIÈRE CHAMBRE CIVILE DU TRIBUNAL JUDICIAIRE DE MARSEILLE LE DEUX OCTOBRE DEUX MILLE VINGT CINQ.

LE GREFFIER,

LE PRÉSIDENT,