

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
Au nom du Peuple Français

EXTRAIT
des minutes du Greffe

**TRIBUNAL
DE GRANDE INSTANCE
DE
PARIS**

EXPÉDITION EXÉCUTOIRE



N° RG : 13/11016

SELAS CASALONGA

vestiaire : #K0177

**TRIBUNAL
DE GRANDE
INSTANCE
DE PARIS**

3ème chambre 2ème
section

N° RG :
13/11016

N° MINUTE : 5

Assignation du :
23 Juillet 2013

**JUGEMENT
rendu le 10 Avril 2015**

DEMANDERESSE

Société HUMEAU BEAUPREAU,
80 rue des Forges
ZI Evre et Loire
49600 BEAUPREAU

représentée par Maître Arnaud CASALONGA de la SELAS
CASALONGA, avocats au barreau de PARIS, vestiaire #K0177

DÉFENDERESSE

Société CARREFOUR HYPERMARCHES,
Zac Saint Guenault
1 rue Jean Mermoz
91002 EVRY CEDEX

représentée par Maître Marie PASQUIER de la SELARL FELTESSE
WARUSFEL PASQUIER & ASSOCIES, avocats au barreau de
PARIS, vestiaire #K0028

**Expéditions
exécutoires
délivrées le :**

13/4/2015

COMPOSITION DU TRIBUNAL

Eric HALPHEN, Vice-Président, *signataire de la décision*
Arnaud DESGRANGES, Vice-Président
Françoise BARUTEL, Vice-Présidente

assistés de Jeanine ROSTAL, FF Greffier, *signataire de la décision*

DEBATS

A l'audience du 11 Décembre 2014
tenue en audience publique

JUGEMENT

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

FAITS. PROCÉDURE ET PRÉTENTIONS DES PARTIES

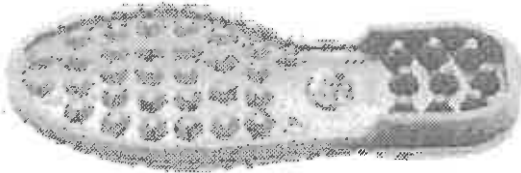
La société HUMEAU BEAUPREAU (ci-après désigné : la société HUMEAU) spécialisée dans la création et la commercialisation d'articles chaussants en particulier depuis 1947 d'articles en plastique polymère injecté, énonce qu'elle a acquis auprès de la société PLASTIC AUVERGNE alors en liquidation judiciaire les moules originaux et les droits de propriété intellectuelle d'un modèle de sandales en plastique injecté moulé, ci-dessous représenté, couramment appelé "Méduse" depuis les années 1980, et qui serait protégé selon elle au titre du droit d'auteur du fait de l'originalité de la combinaison des éléments qui le constituent.



Elle indique que ce modèle de sandales qui a connu un immense succès après guerre, a été créé en 1946 par Monsieur Jean-Antoine DAUPHANT qui a cédé ses droits en 1954 à la société Etablissements JEAN DAUPHANT devenue en 1956 la société Etablissements DAUPHANT dont l'activité et tous les droits ont été regroupés en 1984

au sein de la société PLASTIC AUVERGNE qui a fabriqué et commercialisé ce modèle jusqu'à la cession des droits et des moules à la société HUMEAU en 2003.

La société HUMEAU est par ailleurs titulaire d'une marque française tridimensionnelle n°11 3 860 024 déposée le 19 septembre 2011 correspondant d'après elle à la semelle à picots de son modèle de sandales :



Ayant découvert que des copies de son modèle de sandale étaient commercialisées dans les magasins CARREFOUR, alors que cette société s'était auparavant approvisionnée en produits authentiques auprès de la société PLASTIC AUVERGNE puis de la société HUMEAU pendant plus de 6 ans, elle a procédé elle-même à l'achat d'articles litigieux et fait constater par huissier de justice l'achat des articles litigieux dans divers magasins CARREFOUR, à CHOLET le 10 juin 2012, à GENEVILLIERS le 28 juin 2012, à THIAIS BELLE EPINE le 18 juin 2013.

Le 9 juillet 2012 elle a adressé à la société CARREFOUR une mise en demeure de cesser la commercialisation de ces articles, restée sans effet.

Un constat d'huissier réalisé le 14 juin 2013 sur le site www.carrefour.fr a montré que le modèle de sandale en cause figurait sur le catalogue de la société CARREFOUR.

Dûment autorisée le 24 juin 2013 par ordonnance du président du Tribunal de grande instance de Paris, elle a fait procéder le 26 juin 2013 à une saisie-contrefaçon au siège social de la société CARREFOUR HYPERMARCHES, qui a montré d'après elle que celle-ci commercialise les sandales litigieuses depuis 2011 et que la masse contrefaisante s'élèverait à plus de 130.000 paires.

C'est dans ces conditions, que la société HUMEAU a, par acte d'huissier du 23 juillet 2013, fait assigner la société CARRREFOUR HYPERMARCHES (ci-après la société CARREFOUR) en contrefaçon de droit d'auteur et de marque, concurrence déloyale et parasitisme, pour obtenir, outre des mesures d'interdiction, de retrait des circuits commerciaux, de destruction, et enfin de publication, la réparation de ses préjudices ainsi qu'une indemnité au titre de l'article 700 du Code de procédure civile et leur condamnation aux dépens, le tout sous le bénéfice de l'exécution provisoire.

Dans ses dernières écritures signifiées le 19 novembre 2014 par voie électronique, après avoir réfuté les arguments des défenderesses, elle demande, en ces termes, au Tribunal de :

K

K

- débouter la société Carrefour de l'ensemble de ses demandes, fins et conclusions,
- dire et juger qu'elle est recevable et bien fondée en ses demandes, et y faisant droit,
- dire et juger qu'en présentant, détenant, diffusant et plus généralement en exploitant un modèle de sandales reproduisant les caractéristiques du modèle authentique de sandales de la société HUMEAU, la société CARREFOUR a commis des actes de contrefaçon de ses droits d'auteur,
- dire et juger qu'en reproduisant à tout le moins en imitant sa semelle à picots coniques, la société CARREFOUR s'est rendue coupable de contrefaçon de la marque française antérieure n° 113860024,
- dire et juger à titre subsidiaire, que les actes de contrefaçon de droits d'auteur et de marques susmentionnés caractérisent des actes de concurrence déloyale à son encontre,
- dire et juger la société CARREFOUR a également commis des actes distincts de concurrence déloyale et de parasitisme, en conséquence,
- interdire à la société CARREFOUR de reproduire, détenir, importer, exporter, présenter, et plus généralement d'exploiter de quelque manière que ce soit tout modèle de sandales présentant les caractéristiques identiques ou similaires au modèle de sandales revendiqué, et ce, sous astreinte de 1.500 euros par infraction constatée à compter du prononcé du jugement à intervenir,
- ordonner le retrait des produits litigieux aux fins de destruction sous contrôle d'huissier au choix de la demanderesse et aux frais avancés de la société CARREFOUR et ce, sous astreinte de 1.500 euros par infraction constatée et par jour de retard à compter du prononcé du jugement à intervenir,
- ordonner la publication du jugement à intervenir dans 5 revues ou journaux, français ou étrangers, au choix de la demanderesse et aux frais avancés de la défenderesse, à concurrence de 5.000 euros HT par insertion, et ce, au besoin à titre de dommages et intérêts complémentaires.
- condamner la société CARREFOUR à lui payer la somme de 150.000 euros en réparation du préjudice subi du fait de la banalisation de ses droits d'auteur,
- condamner la société CARREFOUR à lui payer la somme de 150.000 euros en réparation du préjudice subi du fait de l'atteinte au pouvoir distinctif de sa marque française n°113860024,
- condamner la société CARREFOUR à lui payer la somme de 150.000 euros en réparation du préjudice subi au titre des faits distincts de concurrence et déloyale et parasitaire,
- condamner la société CARREFOUR à lui payer la somme de 1.300.000 euros, sauf à parfaire, en réparation du préjudice commercial qu'elle a subi, du fait des actes de contrefaçon de la marque et des droits d'auteur et à titre subsidiaire au titre de la concurrence déloyale et parasitaire,
- dire et juger que le Tribunal sera compétent pour connaître de la liquidation éventuelle des astreintes qu'il aura ordonnées,
- condamner la société CARREFOUR à lui payer la somme de 25.000 euros sur le fondement de l'article 700 du Code de Procédure Civile,
- condamner la société CARREFOUR aux entiers dépens qui comprendront les frais de constats d'huissier et de saisie contrefaçon ;
- ordonner l'exécution provisoire du jugement à intervenir en toutes ses dispositions,

nonobstant tout recours et sans constitution de garantie.

La société CARREFOUR dans ses conclusions récapitulatives signifiées le 3 décembre 2014 demande en ces termes au Tribunal de :

À titre principal,

- prononcer la nullité de la marque française figurative tridimensionnelle n°3860024 de la société HUMEAU pour absence de caractère distinctif selon les dispositions de l'article L.711-2 du code de la propriété intellectuelle pour tous les produits visés en classe 25 et à tout le moins pour les *antidérapants pour chaussures* et les *semelles*,

- prononcer la nullité de la marque française figurative tridimensionnelle n°3860024 de la société HUMEAU pour déceptivité sur le fondement de l'article L.711-3 du code de la propriété intellectuelle pour ce qui concerne les produits visés en classe 25 suivants :

« *Chaussures, sandales et souliers de bains, tiges de bottes, bottes, bottines, bouts de chaussures, brodequins, chaussons ; empeignes, talonnettes, trépointes de chaussures ;*

chaussures, chaussures de football, chaussures de plage, chaussures de sport, espadrilles, souliers de gymnastique, pantouffles, sous-pieds, sabots, sandales, semelles intérieures, souliers»,

- constater que la société HUMEAU ne justifie pas de droits d'auteur sur la sandale en plastique méduse,

- constater que la société HUMEAU ne justifie pas d'une faute distincte de concurrence déloyale et/ou parasitaire à son encontre,

- constater l'absence de préjudice de la société HUMEAU au titre des soi-disant actes de contrefaçon et/ou actes de concurrence de déloyale de sa part,

en conséquence :

- ordonner la transcription de la décision d'annulation de la marque française n°3860024 au registre national des marques tenu par l'INPI, par la partie la plus diligente lorsque le jugement aura acquis un caractère définitif,

- rejeter toutes les demandes, fins et prétentions de la société HUMEAU au titre de la soi-disante contrefaçon commise par elle que ce soit au titre du livre I ou du livre VII du Code de la Propriété Intellectuelle et/ou des prétendus actes de concurrence déloyale et/ou parasitaires,

à titre subsidiaire, dans le cas où le Tribunal confirmerait les droits de propriété intellectuelle de la société HUMEAU et accueillerait les demandes de la société HUMEAU au titre des actes de contrefaçon et de la faute distincte de concurrence déloyale et parasitaire,

- constater que les demandes de dommages et intérêts formulées par la société HUMEAU tant au titre de la contrefaçon du droit d'auteur, du droit des marques qu'au titre de la concurrence déloyale sont excessives ou non justifiées,

en conséquence :

- dire et juger que les dommages et intérêts versés au titre de la perte subie (préjudice moral) pour la contrefaçon du droit d'auteur et du droit des marques ne peuvent excéder 30.000 €,

- dire et juger que les dommages et intérêts versés au titre du gain manqué (préjudice commercial) pour la contrefaçon du droit d'auteur et du droit des marques ne peuvent excéder la somme de 50.000€,

- rejeter la demande de dommages-intérêts de la société HUMEAU au titre de la prétendue faute distincte de concurrence déloyale et parasitaire ;

- rejeter les autres demandes, fins et prétentions de la société HUMEAU; à titre infiniment subsidiaire, dans le cas où le Tribunal accueillerait uniquement la demande de la société HUMEAU au titre de la concurrence déloyale et parasitaire,
- dire et juger que les dommages et intérêts versés au titre de la concurrence déloyale et parasitaire ne peuvent excéder la somme de 50.000€,
- rejeter les autres demandes, fins et prétentions de la société HUMEAU; en tout état de cause,
- condamner la société HUMEAU à lui payer la somme de 18.000€ par application de l'article 700 du code de procédure civile et aux entiers dépens,
- ordonner l'exécution provisoire de la décision à intervenir nonobstant appel et sans caution.

L'ordonnance de clôture a été rendue le 4 décembre 2014.

MOTIFS

sur la protection au titre du droit d'auteur

a) titularité

La société HUMEAU soutient que le modèle en cause a été créé en 1946 par Monsieur Jean-Antoine DAUPHANT et a été fabriqué par l'entreprise Etablissements Jean-Antoine DAUPHANT puis par la société familiale ETABLISSEMENTS JEAN DAUPHANT et diffusé sous la marque LA SARRAZIENNE par la société PLASTIC AUVERGNE dirigée en premier lieu par M. Jean-Antoine DAUPHANT et en dernier lieu par son petit fils Marc PASLIER. Elle indique qu'elle a acquis l'ensemble des droits sur ce modèle lors de la liquidation en 2003 de la société PLASTIC AUVERGNE.

La société CARREFOUR sans contester que la société HUMEAU soit cessionnaire des droits d'auteur, oppose que cette dernière n'établirait pas avec certitude la date alléguée de la création et ne démontrerait pas que celle-ci comportait tous les éléments caractéristiques du modèle revendiqué.

Il sera rappelé que l'article L.111-1 du Code de la propriété intellectuelle dispose que *"l'auteur d'une oeuvre de l'esprit jouit sur cette oeuvre, du seul fait de sa création, d'un droit de propriété incorporelle exclusif et opposable à tous..."*.

Par ailleurs la société HUMEAU paraît entendre se prévaloir de la présomption prévue par l'article L.113-1 du Code de la propriété intellectuelle qui dispose que *"la qualité d'auteur appartient, sauf preuve contraire, à celui ou à ceux sous le nom de qui l'oeuvre est divulguée"*.

La société HUMEAU verse au débat pour établir que Monsieur Jean-Antoine DAUPHANT a créé en 1946 le modèle de sandale en cause :



- une attestation du 19 mars 2013 de l'ayant droit de l'auteur, Monsieur Marc PASLIER qui énonce que son grand-père Jean-Antoine DAUPHANT a créé le modèle de semelle en plastique dont il joint une photographie en annexe, avec une semelle à picots identique à celle du modèle qu'il a déposé le 20 août 1949 et dont il joint deux photographies.

- un extrait des archives du Ministère de la Culture accessible par son site internet montrant une fiche de l'inventaire général du patrimoine culturel, lequel est réalisé par les collectivités territoriales, en l'espèce le Conseil régional d'Auvergne, et recense et fait connaître les éléments du patrimoine qui présentent un intérêt culturel, historique, scientifique ; la fiche porte sur la coutellerie DAUPHANT et dans le rappel historique énonce notamment que *"en 1946, il (Jean DAUPHANT) imagine la fabrication de chaussures en plastique à base de chlorure de polyvinyle". A cette date les établissements Jean DAUPHANT et PLASTIC AUVERGNE sont créés* et *"L'usine est agrandie à plusieurs reprises à partir de 1962 lorsque l'entreprise de coutellerie familiale se transforme en fabricant de chaussures avec un modèle unique composé d'une semelle en plastique dur et transparent sur laquelle sont fixées des lanières. Cette sandale à la marque de la Sarraizienne, porte le nom de méduse dans les années 1980."*

- un article "Sandale" de l'encyclopédie participative en ligne WIKIPEDIA comportant un paragraphe sur la Méduse qui en attribue la création à Jean DAUPHANT en 1946 et précise que ce modèle a été commercialisé sous le nom la Sarraizienne

- des articles de presse : Libération du 4 août 2014, La Croix du 7 juin 2010, le courrier de l'Ouest du 22 juin 2010, portant sur le modèle de sandales méduse qui mentionnent sa création en 1946 par "un coutelier auvergnat".

Si ces documents n'établissent pas de divulgation au public du modèle concerné sous le nom de l'auteur, de sorte que ne peut être invoquée la présomption de titularité de l'article L. 113-1 du Code de la propriété intellectuelle, ils établissent en revanche, en particulier par l'attestation de Monsieur Marc PASLIER mais aussi à travers les diverses confirmations résultant des autres documents, que le modèle en cause a été créé en 1946 par Monsieur Jean Antoine DAUPHANT.

Les différences perceptibles entre le modèle figurant sur la photographie jointe à l'attestation et le modèle exploité par la société HUMEAU qui tiennent à la forme de la boucle d'attache et à la présence d'une découpe dans la lanière qui fait le tour du talon, que la défenderesse met en exergue pour contester la date de création, apparaissent insignifiantes, le modèle étant identique pour le reste des caractéristiques visibles sur la photographie.

La société CARREFOUR met en doute les informations qui figurent sur les différents documents confirmant l'attestation en faisant valoir qu'il ne s'agirait que de la reprise des informations fournies par la société

HUMEAU elle-même et qui figurent sur son site. Toutefois, il sera observé que les informations contenues dans ces divers documents émanent de personnes indépendantes de la demanderesse qui les ont publiées sous leur responsabilité et qu'aucune trace de contestation de ces informations n'est versée au débat.

Ainsi la demanderesse apporte suffisamment d'éléments qui établissent, sans jamais être contredits par d'autres pièces, que Monsieur Jean-Antoine DAUPHANT a créé le modèle de sandale plastique revendiqué en 1946.

Par ailleurs la défenderesse ne conteste pas la chaîne de transfert et de cession des droits d'auteur décrits par Monsieur Marc PASLIER qui fait en dernier lieu de la société HUMEAU le titulaire des droits patrimoniaux d'auteur sur ce modèle de sandale en plastique.

En conséquence, il est établi que la société HUMEAU est bien titulaire de ces droits, de sorte que la fin de non-recevoir soulevée à ce titre par la société CARREFOUR sera rejetée.

b) originalité

Les dispositions de l'article L.112-1 du Code de la propriété intellectuelle protègent par les droits d'auteur toutes les œuvres de l'esprit, quels qu'en soient le genre, la forme d'expression, le mérite ou la destination, pourvu qu'elles soient des créations originales.

Selon l'article L.112-2 14°, les créations des industries saisonnières de l'habillement et de la parure sont considérées comme œuvres de l'esprit.

Il est en outre constant que l'originalité de l'oeuvre ressort notamment de partis pris esthétiques et de choix arbitraires qui lui donnent une forme propre de sorte qu'elle porte ainsi l'empreinte de la personnalité de son auteur.

La société HUMEAU fait valoir que l'originalité du modèle de sandale en cause ressortirait de la combinaison de ses caractéristiques suivantes:

- des sandales en plastique moulé d'un seul tenant,
- une forme ronde avec bout fermé,
- une empeigne façon tressée composée de :
 - 5 lanières horizontales séparées qui passent au dessus de la partie avant du pied et qui sont rattachées de part et d'autre à la semelle,
 - 5 lanières verticales séparées au dessus du pied mais qui se rejoignent d'un côté au bout du pied et de l'autre côté sur le coup de pied pour former une lanière unique dotée d'un passant.
- de chaque côté du talon ouvert, deux lanières partent de la semelle et se rejoignent en une bride qui passe à l'arrière du talon et qui se prolonge d'un côté à l'avant pour coulisser dans le passant de l'empeigne et terminer par une bride à 5 trous, et de l'autre côté, par une languette sur laquelle est fixée la boucle par un oeillet métallique.

- une boucle en plastique blanc et opaque en forme de langue (arrondie d'un coté et droite de l'autre) avec une pointe métallique argentée,
- une trépointe comportant des lignes parallèles sur tout le pourtour de la sandale,
- une semelle intérieure comportant tout autour une bande circulaire pointillée et en son centre un motif déstructuré en relief,
- une semelle extérieure à picots coniques avec petit talon découpé qui présente:
 - une bande qui en fait le tour avec la même largeur, sauf au niveau de la pointe et du talon de la chaussure, où elle est plus large avec une découpe en ligne,
 - un talon présentant 9 picots coniques placés en arcs de cercles plus élevés que ceux situés sous la plante des pieds, qui traduirait un parti pris esthétique.

La société CARREFOUR oppose que les éléments en question seraient dépourvus d'originalité pour se trouver dans l'art antérieur à la date de création du modèle. Elle fait en outre valoir que certains des éléments seraient purement fonctionnels, comme la boucle et les trous sur la bride pour tenir la sandale, la lanière qui passe derrière le talon, ou seraient dictés par la pénurie de cuir à l'époque de la création, comme l'usage de la matière plastique, ou le moulage d'un seul tenant.

Toutefois la défenderesse rappelle à juste titre que lorsqu'est revendiquée une combinaison d'éléments, l'appréciation de l'originalité s'effectue de manière globale, en fonction de l'aspect d'ensemble produit par la combinaison, et non en analysant chaque élément pris isolément, le fait que ceux-ci ou certains de ceux-ci seraient déjà connus et appartiendraient au fonds commun de la chaussure, ne faisant pas obstacle à ce que la combinaison dans son agencement particulier confère à l'article en cause une physionomie propre traduisant des partis pris esthétiques qui portent l'empreinte de la personnalité de leur auteur.

La société CARREFOUR pour contester l'originalité du modèle, procède par analyse de certains éléments pris isolément pour lesquels elle oppose des antériorités.

Mais outre qu'en droit d'auteur le critère de la protection porte sur l'originalité, l'examen des antériorités n'étant pertinent qu'en tant qu'il permet de mettre en évidence la reprise sans apport créatif d'aspects appartenant à la date de création au fonds commun de l'art concerné, les antériorités opposés ne présentent pas la même combinaison d'éléments suivant un agencement proche.

Ainsi elle verse au débat plusieurs documents montrant des chaussures qui certes peuvent avoir en commun certains éléments avec le modèle revendiqué, notamment dans certains cas d'être en plastique, éventuellement de fabrication monobloc, avec une forme générale de type sandale composée au moins pour partie de lanières, mais dans lesquels ne se retrouve nullement la combinaison de l'ensemble des éléments et en particulier pas l'empaigne d'aspect tressé faite de cinq lanières horizontales et de cinq lanières verticales.

C'est ainsi le cas du brevet américain de 1937 portant sur une sandale de bain en caoutchouc qui en outre présente un système d'attache radicalement différent, du brevet américain "plastic shoe" de 1939, qui comporte uniquement trois lanières horizontales et qui est sans lanière passant derrière le talon, de l'article datant de 1945 faisant mention, sans aucune illustration, de modèles de chaussures en plastiques importées en Australie et qui précise uniquement que *la plante du pied et le talon son transparents et le talon creux* et que *l'empeigne est formée de joyeux rubans de même couleur que le plastique*", du brevet américain "SANDAL" de 1935 dont l'empeigne est certes formée de cinq lanières horizontales mais qui ne comporte qu'une seule lanière verticale le long du pied et qui en outre n'est pas fait d'une seule pièce, et dont la semelle est très éloignée du modèle revendiqué, du brevet britannique du 11 août 1938 comportant deux figures montrant des sandales à lanières qui divulguent certes une forme ronde à bout fermé ainsi qu'une trépointe avec des lignes parallèles mais qui, en plus de l'absence d'empeigne à l'aspect tressé, ne sont pas moulées d'un seul tenant puisque d'après la partie descriptive, les sangles sont reliées à la semelle par des coutures ou des pinces métalliques.

La défenderesse invoque aussi le brevet américain "FOOT COVERING" qui porte sur des semelles intérieures séparables et lavables qui, hormis le fait qu'il peut concerner des chaussures de type sandale et la présence d'une trépointe à ligne parallèle, n'a rien de commun avec le modèle de sandale de la société HUMEAU.

Elle verse également au débat des photographies de chaussures de type brodequin, très éloignées des sandales, pour démontrer que les picots de la semelle extérieure (celle en contact avec le sol) du modèle revendiqué auraient déjà été connus. Toutefois les clous présents sur les semelles de ces chaussures, par leur matière et leur agencement sur la semelle sont différents des picots de la semelle extérieure du modèle de la demanderesse. De surcroît, il ne s'agit là encore que d'un élément pris isolément au sein de chaussures qui par ailleurs ne se rattachent en rien à la combinaison revendiquée.

En conséquence, la défenderesse échoue à démontrer que la combinaison revendiquée serait fondée sur le fonds commun connu de la sandale à la date de création.

Il apparaît au contraire que de cette combinaison résulte l'originalité du modèle qui présente ainsi une physionomie propre résultant de choix dans lesquels l'intérêt fonctionnel est certes pris en compte mais sans imposer nécessairement les partis pris esthétiques retenus, de sorte que le modèle porte l'empreinte de la personnalité de son créateur.

Ainsi, le modèle de sandale de la société HUMEAU bénéficie de la protection au titre du droit d'auteur.

A

Sur la validité de la marque française tridimensionnelle n°3860024

La marque française tridimensionnelle n°3860024 a été déposée le 19 septembre 2011 par la société HUMEAU pour désigner les produits : *"chaussures, antidérapants pour chaussures, sandales et souliers de bains, tiges de bottes, bottes, bottines, bouts de chaussures, brodequins, chaussons ; empeignes, talonnettes, trépointes de chaussures ; chaussures, chaussures de football, chaussures de plage, chaussures de sport, espadrilles, souliers de gymnastique, pantoufles, sous-pieds, sabots, sandales, semelles, semelles intérieures, souliers"*.

La société CARREFOUR conteste en premier lieu la validité de la marque française tridimensionnelle n°3860024 déposée le 19 septembre 2011 par la société HUMEAU, au motif pris au visa de l'article L. 711-2 b) du Code de la propriété intellectuelle, qu'elle serait descriptive de la nature des produit *semelles* et *antidérapants pour chaussures* qu'elle désigne et que de surcroît elle désignerait la qualité antidérapante du produit.

L'article L. 711-2 du Code de la propriété intellectuelle dispose que :

"Le caractère distinctif d'un signe de nature à constituer une marque s'apprécie à l'égard des produits ou services désignés.

Sont dépourvus de caractère distinctif :

a) Les signes ou dénomination qui dans le langage courant ou professionnel, sont exclusivement la désignation nécessaire, générique ou usuelle du produit ou du service ;

b) Les signes ou dénomination pouvant servir à désigner 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 de service ;

c) Les signes constitués exclusivement par la forme imposée par la nature ou la fonction du produit, ou conférant à ce dernier sa valeur substantielle.

Le caractère distinctif peut, sauf dans le cas prévu au c) être acquis par l'usage."

Il apparaît qu'en invoquant le fait que la marque désigne la nature du produit, ce qui ne constitue pas l'une de ses caractéristiques mais son essence même, la défenderesse invoque en réalité les dispositions de l'article L. 711-2 a) à savoir le grief que la marque serait la désignation nécessaire, générique ou usuelle du produit.

La société HUMEAU soutient que sa marque tridimensionnelle ne constitue pas la désignation usuelle d'une semelle ou d'un antidérapant pour chaussure, notamment parce que d'une part elle présente une physionomie propre qui la distingue de la généralité des semelles ou des antidérapants pour chaussures, et d'autre part parce que si la marque comporte des picots qui peuvent en effet évoquer la qualité antidérapante, le signe ne se réduit pas à ceux-ci et comporte d'autres caractéristiques telles que la disposition particulière de ces picots, leur

K

f

hauteur différente selon la partie de la semelle où ils sont positionnés, la bande de pourtour de la semelle sur la face en contact avec le sol qui donne l'aspect d'une semelle creuse, qui constituent autant d'éléments qui ne désignent pas la qualité antidérapante.

Cela étant, il n'est pas contestable que la marque est constituée par la représentation en trois dimensions de la semelle d'une chaussure qui comporte des picots lesquels peuvent évoquer des moyens antidérapants.

Toutefois, il n'est pas démontré que la représentation en trois dimensions d'une semelle de chaussure soit la désignation usuelle ou générique d'une semelle, laquelle s'effectue beaucoup plus évidemment par exemple par le mot "semelle".

Par ailleurs, il sera rappelé que l'article L. 711-1 du Code de la propriété intellectuelle énonce que peuvent constituer une marque "*les formes notamment celle du produit ou de son conditionnement*".

De même ce signe ne constitue pas non plus la désignation nécessaire, générique ou usuelle d'un antidérapant pour chaussure. La présence de picots sur la semelle de la chaussure évoque certes la fonction antidérapante mais cette présence ne suffit pas à ce que dans l'esprit du public la vision de cet élément placé sur une semelle emporte que ce signe désigne un antidérapant pour chaussure, d'autant plus que les semelles antidérapantes prennent des formes très variées souvent éloignées de cette structure avec des picots coniques.

De même, si la marque est constituée d'une semelle dont, en raison de la présence de picots, le consommateur peut penser qu'elle présente des qualités antidérapantes, cela ne suffit pas à ce qu'il interprète le signe comme signifiant cette qualité.

Le monopole instauré par la marque, ne prive du reste nullement les concurrents de la possibilité, sans risque de confusion avec celle-ci, de vanter la qualité antidérapante d'une semelle ou d'une chaussure.

Dès lors la marque présente au regard des dispositions l'article 711-2 a) et b) un caractère distinctif.

La société CARREFOUR soutient en deuxième lieu que la marque de la demanderesse doit, à tout le moins en ce qui concerne les produits *semelles et antidérapants pour chaussures* être annulée en ce que la forme de cette marque est imposée par la nature ou la fonction du produit ce qui est prohibé par l'article L. 711-2 c) du Code de la propriété intellectuelle.

Elle fait valoir que la forme est imposée par la fonction du produit à savoir être antidérapant ou faire fonction de semelle.

La société HUMEAU soutient que la forme de la marque est purement arbitraire par la forme de la semelle, la disposition et le nombre des

picots, la forme et la découpe du talon , de la présence d'une bordure en relief sur la face en contact avec le sol, de sorte qu'elle présente des aspects purement arbitraires et distinctifs ne permettant pas de la réduire à sa fonction.

Cependant, il est constant que l'interdiction formulée par l'article L. 711-2 c) vise à éviter que le titulaire de la marque se constitue un monopole renouvelable sans limitation de durée sur une forme qui, imposée par la nature du produit et sa fonction, incorpore une fonction technique et doit de ce fait pouvoir être utilisée par les concurrents. Aussi une marque tridimensionnelle constituée par la forme du produit désigné ne peut être valide que si la forme prise présente des éléments arbitraires, qui ne découlent pas exclusivement de la nature même du produit et qui permettent d'identifier son origine commerciale en le distinguant des produits ayant une autre origine. Par ailleurs, le fait que pour atteindre le même résultat technique le produit peut prendre d'autres formes que celle de la marque ne fait pas échapper à l'interdiction si les caractéristiques fonctionnelles essentielles de cette forme sont attribuables uniquement au résultat technique.

En l'occurrence, la marque tridimensionnelle en cause est formée par une semelle qui présente des caractéristiques de forme imposées essentiellement par les fonctionnalités imposées par la nature de ce produit, à savoir une forme générale épousant celle du pied, des sculptures ici, sous forme de picots, pour éviter de glisser, un relief plus marqué au niveau du talon, une bordure pour assurer la solidité de l'ensemble.

Les éléments présentés comme étant distinctifs et arbitraires par la demanderesse tenant au nombre et à l'emplacement des picots à leur hauteur ainsi qu'à la forme et à la hauteur de la bordure ne suffisent pas à distinguer et individualiser la forme prise par rapport aux impératifs dictés par la fonction du produit.

En outre, le fait que les semelles peuvent prendre d'autres aspects est, ainsi qu'il a été dit indifférent.

En conséquence, il y a lieu d'annuler la marque en ce qu'elle vise les produits "*semelles*".

S'agissant des produits, "*antidérapants pour chaussures*", la configuration de la semelle qui forme la marque de la défenderesse met nettement en exergue les picots qui sont répartis sur la plus grande partie de la semelle, laquelle ne comporte par ailleurs aucun ornement, ou signe distinctif nettement remarquable. Ces picots ont pour fonction essentielle d'éviter de déraper, la fonction de laisser des traces dans le sable mise en avant par la défenderesse n'étant en réalité que secondaire et anecdotique. Le pourtour en relief constitue par ailleurs également une forme contribuant à empêcher de déraper. Dès lors les caractéristiques essentielles de la forme de la marque sont dictées par la fonctionnalité du produit, à savoir empêcher le dérapage pour des chaussures.

En conséquence, la marque sera également annulée en ce qu'elle vise les produits antidérapants pour chaussures.

Il n'y a pas lieu de rechercher si la marque aurait acquis un caractère distinctif par l'usage puisque l'article L. 711-2 c) du Code de la propriété intellectuelle est expressément exclu de cette possibilité pour le dernier alinéa dudit article.

La défenderesse fait enfin valoir, au visa de l'article L. 713-3 c) du Code de la propriété intellectuelle qui dispose que "*Ne peut être adopté comme marque ou élément de marque un signe : ...c) De nature à tromper le public, notamment sur la nature, la qualité ou la provenance géographique du produit ou du service.*" que la marque française tridimensionnelle n°3860024 serait nulle pour tous les autres produits qu'elle désigne en ce qu'elle serait déceptive pour induire le consommateur en erreur sur la nature du produit, puisque étant constituée d'une semelle, elle ne pourrait désigner les produits : "*Chaussures, sandales et souliers de bains, tiges de bottes, bottes, bottines, bouts de chaussures, brodequins, chaussons ; empeignes, talonnettes, trépointes de chaussures ; chaussures, chaussures de football, chaussures de plage, chaussures de sport, espadrilles, souliers de gymnastique, pantoufles, sous-pieds, sabots, sandales, semelles intérieures, souliers*".

Toutefois, il convient de rappeler que cette disposition vise à protéger le consommateur afin qu'il ne soit pas induit en erreur par la marque par rapport au produit concerné.

En l'espèce une semelle en trois dimensions, constitue un signe distinctif pour désigner les produits en cause et ne trompe pas le consommateur. Il n'est en effet nullement nécessaire qu'il y ait identité entre le signe et le produit désigné, situation qui au contraire peut conduire à l'annulation de la marque. Le fait que la semelle soit une partie de la chaussure n'est pas non plus de nature à induire une confusion chez le consommateur sur le produit vendu. Ce signe constituant simplement, pour ces produits, une évocation que ceux-ci se rattachent au domaine de la chaussure, sans être susceptible d'être perçu comme désignant forcément une semelle. Au demeurant cette confusion si elle devait être faite serait évidemment et facilement levée par la simple constatation de la nature de l'objet réellement présenté sous cette marque, si bien qu'elle est négligeable.

Aussi la demande d'annulation de la marque à ce titre sera rejetée.

Sur la contrefaçon au titre du droit d'auteur

L'article L.122-4 du Code de la propriété intellectuelle dispose que "*Toute représentation, ou reproduction intégrale ou partielle faite sans le consentement de l'auteur ou de ses ayants droits ou ayants cause est illicite.*"

K

f

La société HUMEAU énonce que la société CARRFOUR a commercialisé, sans son autorisation, un modèle de sandales qui constitue une copie servile du sien.

La défenderesse oppose uniquement l'absence de protection au titre du droit d'auteur du modèle de la demanderesse mais ne conteste pas la matérialité de la contrefaçon.

Il résulte en effet des preuves d'achats et des procès-verbaux de constat d'achat des 28 juin 2012 et 18 juin 2013, et du procès-verbal de saisie-contrefaçon du 26 juin 2013, ainsi que du constat sur le site www.carrefour.fr du 14 juin 2013, que les magasins de la société CARRFOUR ont commercialisé un modèle de sandale sous diverses appellations, méduse translucide, sandale translucide, ou encore sandale méduse, suivant les magasins et suivant qu'il s'agisse des indications sur l'étiquette ou de la référence sur le ticket de caisse. Ce modèle constitue une copie servile du modèle initialement nommé Sarraizienne commercialisé par la société HUMEAU et protégé au titre du droit d'auteur.

En conséquence la contrefaçon au titre du droit d'auteur est établie.

Sur la contrefaçon au titre du droit des marques

La société HUMEAU invoque également la contrefaçon par reproduction ou à tout le moins par imitation de la marque française tridimensionnelle n°3860024.

Elle fait valoir que la semelle extérieure des produits litigieux commercialisés par la société CARREFOUR reproduit la marque ou tout au moins en constitue une imitation proche, du fait qu'elle comporte les mêmes éléments constitutifs.

La société CARRFOUR soutient qu'il n'y aurait pas de contrefaçon du fait du défaut de validité de la marque opposée mais reste silencieuse sur la matérialité de la contrefaçon.

L'article L. 713-2 du Code de la propriété intellectuelle prévoit que :

“Sont interdits, sauf autorisation du propriétaire :
a) La reproduction, l'usage ou l'apposition d'une marque, même avec l'adjonction de mot tels que : “formule, façon, système, imitation, genre, méthode”, ainsi que l'usage d'une marque reproduite pour des produits ou services identiques à ceux désignés dans l'enregistrement ;...”

L'article L.713-3 du Code de la propriété intellectuelle dispose que *“Sont interdits, sauf autorisation du propriétaire, s'il peut en résulter un risque de confusion dans l'esprit du public : a) La reproduction, l'usage ou l'apposition d'une marque, ainsi que l'usage d'une marque reproduite, pour des produits ou services similaires à ceux désignés*

dans l'enregistrement ; b) l'imitation d'une marque et l'usage d'une marque imitée, pour des produits ou services identiques ou similaires à ceux désignés dans l'enregistrement."

En l'occurrence, la marque française tridimensionnelle n°3860024 n'a pas été annulée notamment en ce qu'elle désigne les produits "chaussures" et "chaussures de plage". Les produits litigieux s'agissant de sandales de plages sont par conséquent identiques à ces produits visés dans l'enregistrement de la marque.

En revanche, contrairement à ce que soutient la demanderesse il ne saurait être retenu qu'il y ait reproduction de la marque dans la mesure où le signe argué de contrefaçon est constitué par la semelle laquelle forme un tout avec le reste de la chaussure sans qu'on puisse l'isoler de celle-ci, de sorte que cet ensemble est différent de la forme tridimensionnelle déposée à titre de marque. Par ailleurs, dans la marque la semelle n'est pas translucide, contrairement à la semelle des modèles litigieux.

La société CARRFOUR concluant à l'absence de la contrefaçon, même si c'est pour d'autres raisons, il appartient à la société HUMEAU d'établir que l'imitation de la marque crée un risque de confusion dans l'esprit du consommateur moyen de ces produits et en quoi l'usage de ce signe imité porte atteinte à la fonction essentielle d'identification de l'origine du produit.

En se bornant à indiquer que "par les ressemblances les produits litigieux présentent la même impression d'ensemble de nature à générer un important risque de confusion pour le consommateur", la société CARREFOUR, confond ressemblance des produits et similarité des signes et élude la démonstration nécessaire du risque de confusion et de l'atteinte à la fonction essentielle de la marque alors que dans le cas d'espèce d'une marque tridimensionnelle intégrée au produit qu'il désigne, ces questions n'ont rien d'évident.

En conséquence, elle échoue à établir la contrefaçon de marque et sera déboutée de ses demandes à ce titre.

Sur la concurrence déloyale et parasitaire

Il n'y a pas lieu d'examiner les faits de concurrence déloyale et parasitaire qui ne sont invoqués par la demanderesse qu'à titre subsidiaire de l'action en contrefaçon.

La société HUMEAU énonce par ailleurs qu'il existe un fait distinct de contrefaçon et parasitaire tenant au fait que les modèles de sandales contrefaisants commercialisés par la société CARREFOUR reprennent une gamme de couleurs transparentes et acidulées similaire à celle de la gamme des produits authentiques qu'elle-même commercialise.

La société CARRFOUR oppose qu'il est banal et non fautif de décliner un modèle en différentes couleurs, que les couleurs concernées sont soit

des couleurs primaires (bleu, vert) soit des couleurs usuelles dans lesquelles les produits sont habituellement déclinés pour la période estivale (le vert, le rose, le transparent). Elle fait observer que l'ensemble des couleurs utilisées dans la gamme de la demanderesse ne sont pas repris dans la sienne puisque manqueraient la couleur orange et le blanc laiteux très particulier. Elle indique que ne saurait lui être reproché de décliner des produits dans des couleurs à la mode. Enfin elle fait valoir que la société demanderesse ne serait pas en mesure d'établir des actes de parasitismes alors qu'elle ne justifie d'aucun investissement.

Il sera rappelé que la concurrence déloyale tout comme le parasitisme trouvent leur fondement dans l'article 1382 du Code civil, qui dispose que tout fait quelconque de l'homme, qui cause à autrui un dommage, oblige celui par la faute duquel il est arrivé à le réparer.

Par ailleurs la demande en concurrence déloyale ou en parasitisme doit reposer sur des agissements distincts de ceux qui ont été retenus pour établir la contrefaçon.

Il est par ailleurs constant que constitue un acte de concurrence déloyale les actes tendant à la création d'un risque de confusion dans l'esprit de la clientèle sur l'origine du produit par l'atteinte ainsi portée à un exercice loyal et paisible du commerce.

En l'occurrence, la société demanderesse établit par la production de ses catalogues que le modèle dont il s'agit est commercialisé dans les couleurs translucides bleu, vert, rouge, orange, jaune vif, jaune sable, transparent et transparent "laiteux".

Il apparaît à travers les achats effectués auprès des différents magasins CARREFOUR et en particulier du procès-verbal de constat d'achat du 28 juin 2012 effectué au magasin sis à GENEVILLIER que les sandales contrefaisantes sont déclinées dans les couleurs translucides, verte, bleue, et transparente identique aux couleurs des modèles originaux et dans des couleurs fuschia, et jaune qui leur sont proches.

Il s'ensuit que la gamme des couleurs retenues par la société CARREFOUR imite de manière très proche les couleurs des produits authentiques en se plaçant dans une gamme chromatique de même type, avec majoritairement les mêmes couleurs et en ayant recours à la même qualité translucide de celles-ci.

La société HUMEAU ne détient certes pas de monopole sur l'emploi de chacune de ces couleurs ni sur le fait de décliner un modèle en plusieurs couleurs, mais l'imitation de sa gamme de couleurs pour des produits qui sont des reproductions serviles de son modèle protégé au titre du droit d'auteur, qui ne saurait être fortuite, ajoute au risque de confusion sur l'origine des produits et constitue ainsi un fait distinct de concurrence déloyale.

Le parasitisme n'est en revanche pas caractérisé faute de démonstration sur ce point précis de la part de la demanderesse.



Sur les mesures réparatrices

La société HUMEAU, constatant que 130.000 modèles litigieux ont été importés pour être vendus en France par la société CARREFOUR et qu'ils ont été commercialisés dans les magasins de cette enseigne qui sont répartis sur tout le territoire français, en étant en outre présentés dans ses catalogues papier et internet, invoque un préjudice lié à la banalisation et à la dépréciation du modèle dont elle détient les droits d'auteur, qui résulte des actes de contrefaçon pour lequel elle sollicite une somme de 150.000 euros.

Au titre de la concurrence déloyale, elle fait valoir que la société CARREFOUR a profité d'un marché qu'elle connaissait pour s'être auparavant approvisionnée auprès de la demanderesse en produits authentiques, en recherchant délibérément la confusion avec ses produits. Elle réclame une somme de 150.000 euros.

Enfin elle invoque un préjudice commercial évalué à 1.300.000 euros en retenant d'une part les bénéfices réalisés par le contrefacteur calculé à partir d'une masse contrefaisante de 130.000 articles et ce au vu des documents remis par Carrefour à la suite de la saisie-contrefaçon, d'un prix moyen d'achat de 1,70 euros et d'un prix moyen de vente H.T. de 4,02 euros, aboutissant selon elle à un chiffre d'affaires de plus de 650.000 euros et une marge nette de 300.000 euros, et ce uniquement pour les années 2011 et 2012 puisque CARREFOUR n'a pas transmis les données pour d'autres années, et d'autre part les conséquences économiques négatives pour la victime de la contrefaçon à travers le gain manqué résultant des ventes non réalisées correspondant aux ventes faites par la société CARREFOUR, en indiquant que le prix de vente unitaire qu'elle pratique est en moyenne de 10 euros.

La société CARREFOUR soutient que l'estimation du préjudice résultant de l'atteinte au droit d'auteur est disproportionnée du fait de l'absence de justification par la société HUMEAU des investissements qu'elle aurait réalisés pour promouvoir et développer ses modèles ainsi que des résultats des ventes de ce modèle qui permettrait d'en mesurer l'importance. Elle fait valoir en outre que des produits concurrents plus modernes et pratiques seraient apparus sur le même créneau de la sandale de plage destinée à aller dans l'eau, de sorte qu'il s'agirait d'un modèle déclinant. Elle estime que le préjudice subi ne pourrait pas excéder 10% de la somme demandée soit 15.000 euros.

S'agissant du préjudice commercial, elle estime également le montant demandé exorbitant, notamment au regard du fait que la société HUMEAU ne verse au débat aucun document établissant l'impact négatif sur ses propres ventes des actes de contrefaçon et conteste le calcul effectué en ce qu'il serait basé sur le chiffre d'affaires qu'aurait réalisé la société HUMEAU si elle avait vendu l'intégralité de la masse contrefaisante au prix de 10 euros, alors que ne devrait selon elle être prise en compte que la marge réalisée appliquée uniquement à la moitié de la masse contrefaisante, car les conditions de vente et les prix inférieurs pratiqués dans les magasins CARREFOUR étant différents de

ceux de la société HUMEAU, celle-ci ne peut prétendre qu'elle aurait réalisé la totalité des ventes faites par CARREFOUR. De même, la marge serait encore plus faible si la société HUMEAU vend ses produits à des distributeurs et non au consommateur final, comme elle l'a fait antérieurement avec la défenderesse.

Compte tenu de ses éléments et en prenant en compte l'existence de produits alternatifs concurrents qui auraient pu être achetés par les clients de CARRFOUR, elle considère que le préjudice commercial n'excède pas une somme de 160.000 euros si la société HUMEAU vend au consommateur final et de 50.000 euros si elle vend à un distributeur et retient du reste dans le dispositif, sans que l'on sache réellement pourquoi ce dernier montant comme montant maximal du préjudice commercial.

En ce qui concerne le préjudice au titre du fait distinct de concurrence déloyale elle fait valoir que la demande devra être rejetée faute pour la demanderesse de produire la moindre justification financière.

Cela étant, il convient de rappeler qu'aux termes de l'article L. 331-1-3 du Code de la propriété intellectuelle : *"Pour fixer les dommages et intérêts, la juridiction prend en considération les conséquences économiques négatives dont le manque à gagner, subies par partie lésée, les bénéfices réalisés par l'auteur de l'atteinte aux droits et le préjudice moral causé au titulaire de ces droits du fait de l'atteinte.*

Toutefois la juridiction peut, à titre d'alternative, et sur demande de la partie lésée, allouer à titre de dommages et intérêts une somme forfaitaire qui ne peut être inférieure au montant des redevances ou droits qui auraient été dus si l'auteur des atteintes avait demandé l'autorisation d'utiliser le droit auquel il a porté atteinte".

Il convient en conséquence de tenir compte à la fois du gain manqué par la société HUMEAU et des bénéfices réalisés par la société CARREFOUR, laquelle les a omis dans son évaluation du préjudice.

Toutefois il y a lieu également de tenir compte du fait que la société HUMEAU n'a versé au débat aucune pièce qui permettrait de connaître le montant, les modalités (à des distributeurs ou au consommateur final) et les chiffres de ses ventes du modèle de sandales contrefait.

En conséquence au vu des éléments chiffrés résultant des documents trouvés ou remis suite à la saisie-contrefaçon, le bénéfice réalisé par la société CARREFOUR sera évalué en retenant une masse contrefaisante de 130 000 articles et une marge nette sur chaque article de 2,30 euros, laquelle n'est pas véritablement contestée par la société CARREFOUR, ce qui représente la somme de 262.000 euros.

En outre il convient de prendre en compte les gains manqués par la société HUMEAU du fait de la vente des produits contrefaisants, en appliquant une décote en raison des conditions de vente différentes qui impliquent qu'il ne peut être retenu que le montant des ventes réalisées

par la demanderesse en l'absence de contrefaçon aurait été équivalent à celui de la société CARREFOUR, ainsi qu'une autre décote liée à ce que la société HUMEAU ne justifie aucunement du niveau de ses ventes ni d'une éventuelle baisse de celles-ci concomitante des actes de contrefaçon, pas plus que des marges qu'elle pratique.

Ainsi le gain manqué par la société HUMEAU sera estimé à 80.000 euros.

Le préjudice commercial représente ainsi une somme globale de 342.000 euros. Le préjudice résultant du fait distinct de concurrence déloyale est inclus dans ce préjudice puisque la confusion résultant de cet acte a participé au détournement des ventes au profit de la société CARREFOUR.

En outre, il existe un préjudice résultant de l'atteinte à la valeur économique du modèle protégé, qui résulte nécessairement des actes de contrefaçon, quand bien même le modèle en cause ne rencontrerait plus le même succès que celui qu'il a connu par le passé et serait concurrencé par des modèles plus récents, qui sera réparé par une somme de 8.000 euros.

Il sera par ailleurs fait droit aux mesures d'interdiction et de publication dans les conditions précisées au dispositif.

Le préjudice étant ainsi suffisamment réparé et le risque de poursuite des agissements reprochés écarté, il n'y a pas lieu de faire droit à la mesure de rappel des circuits commerciaux et de destruction.

Sur les frais du litige et les conditions d'exécution de la décision

La société CARREFOUR, partie perdante, sera condamnée aux dépens.

En outre elle doit être condamnée à verser à la société HUMEAU, qui a dû exposer des frais pour faire valoir ses droits, une indemnité au titre de l'article 700 du Code de procédure civile qu'il est équitable de fixer à la somme de 6.000 euros, ainsi que les frais de constats d'huissier et de la saisie-contrefaçon.

Les circonstances de l'espèce, en particulier l'importance des sommes concernées au regard de l'absence totale de pièces permettant de mesurer la situation financière de la société HUMEAU et donc sa capacité le cas échéant à restituer les sommes perçues, commandent de ne pas ordonner l'exécution provisoire.

PAR CES MOTIFS

Le Tribunal, statuant publiquement, par mise à disposition au greffe, par jugement contradictoire et rendu en premier ressort :

- REJETTE la fin de non recevoir fondée sur le défaut à agir de la société HUMEAU BEAUPREAU au titre du droit d'auteur ;



- DIT que modèle de sandale couramment dénommé Méduse et anciennement connu sous l'appellation la SARRAZIENNE commercialisé par la société HUMEAU BEAUPREAU bénéfice de la protection au titre du droit d'auteur, et que ladite société est titulaire des droits patrimoniaux d'auteur afférents à cette oeuvre ;

- ANNULE la marque française tridimensionnelle n°3860024 en ce qu'elle désigne les produits "semelles" et "anti-dérapants pour chaussures" ;

- ORDONNE la transmission de la décision devenue définitive à l'Institut National de la Propriété Industrielle (I.N.P.I.) aux fins d'inscription au Registre National des Marques, sur réquisition du Greffier ou sur requête de la partie la plus diligente, en application de l'article R. 714-3 du Code de la propriété intellectuelle ;

- REJETTE le surplus des demandes de nullité de la marque française tridimensionnelle n°3860024 ;

- DIT qu'en important et commercialisant un modèle de sandales identique au modèle précité protégé au titre du droit d'auteur, la société CARREFOUR HYPERMARCHÉS a commis des actes de contrefaçon du droit d'auteur ;

- DIT qu'en important et commercialisant le modèle de sandale contrefaisant en le déclinant dans une gamme de couleurs similaires à celle dans laquelle est commercialisé par la société HUMEAU BEAUPREAU le produit authentique, la société CARREFOUR a commis un acte distinct de concurrence déloyale ;

- INTERDIT à la société CARREFOUR HYPERMARCHÉS la poursuite de ces agissements et ce sous astreinte de 150 euros par infraction constatée à l'expiration d'un délai d'un mois à compter de la signification du présent jugement ;

- DIT que le tribunal se réserve la liquidation de l'astreinte ;

- DÉBOUTE la société HUMEAU BEAUPREAU de sa demande au titre de la contrefaçon de marque ;

- CONDAMNE la société CARREFOUR HYPERMARCHÉS à payer à la société HUMEAU BEAUPREAU une somme de 342. 000 euros au titre du préjudice commercial résultant des actes de contrefaçon et de concurrence déloyale ;

- ORDONNE la publication du jugement dans deux périodiques au choix de la société HUMEAU BEAUPREAU et aux frais de la société CARREFOUR HYPERMARCHÉS dans la limite de 3.500 euros H. T. par publication ;

- CONDAMNE la société CARREFOUR HYPERMARCHÉS aux

A

dépens :

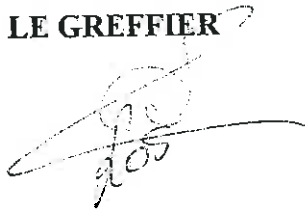
- CONDAMNE la société CARREFOUR HYPERMARCHES à payer au titre de l'article 700 du Code de procédure civile une somme de 6.000 euros à la société HUMEAU BEAUPREAU, outre les frais de constats d'huissier et de la saisie-contrefaçon ;

- REJETTE le surplus des demandes ;

- DIT n'y avoir lieu à l'exécution provisoire de la présente décision.

Fait à PARIS le 10 avril 2015

LE GREFFIER

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'J. L. L.' with a long horizontal stroke underneath.

LE PRÉSIDENT

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'A. B.' with a horizontal stroke underneath.

EXPÉDITION exécutoire dans l'affaire :

1er Demandeur : **Société HUMEAU BEAUPREAU, SAS** et autres

contre 1er Défendeur : **Société CARREFOUR HYPERMARCHES, SAS** et autres

EN CONSÉQUENCE, LA RÉPUBLIQUE FRANÇAISE mande et ordonne :

A tous les huissiers de justice, sur ce requis, de mettre ladite décision à exécution,

Aux Procureurs Généraux et aux Procureurs de la République près les Tribunaux de Grande Instance d'y tenir la main,

A tous commandants et officiers de la force publique de prêter main-forte lorsqu'ils en seront requis.

En foi de quoi la présente a été signée et délivrée par nous Greffier en Chef soussigné au Greffe du Tribunal de Grande Instance de Paris

p/Le Greffier en Chef



