

TRIBUNAL JUDICIAIRE DE PARIS
JUGEMENT rendu le 11 mai 2023

3^{ème} chambre, 1^{ère} section
No RG 21/14390
No Portalis 352J-W-B7F-CVQ44

DEMANDEURS

S.A.S. [G] HUI

[Adresse 4]

[Localité 9]

Monsieur [B] [G]

[Adresse 2]

[Localité 5]

représentés par M^e Catherine VERNERET de la SELAS DS
AVOCATS, avocat au barreau de PARIS, vestiaire #T0007

DÉFENDERESSES

S.A.S.U. GW HOTEL

[Adresse 3]

[Localité 6]

S.A.S.U. HN6 SIGNATURE

[Adresse 3]

[Localité 6]

représentées par M^e Juliette LEFEVRE, avocat au barreau de PARIS,
vestiaire #B0310

COMPOSITION DU TRIBUNAL

Madame Nathalie SABOTIER, 1^{ère} vice-présidente adjointe

Madame Elodie GUENNEC, Vice-présidente

Monsieur Malik CHAPUIS, Juge,

assistés de Madame Caroline REBOUL, Greffière

en présence de Madame Anne BOUTRON, magistrat en stage de pré
affectation

DEBATS

A l'audience du 27 février 2023 tenue en audience publique, avis a été donné aux avocats que la décision serait rendue le 11 mai 2023.

JUGEMENT

Prononcé publiquement par mise à disposition au greffe

Contradictoire

En premier ressort

EXPOSÉ DU LITIGE

1. La société par actions simplifiée [G] Hui, immatriculée au RCS de Bobigny depuis le 15 décembre 2016, exploite sous le nom "Le Galanga" un restaurant thaïlandais situé à [Localité 9], sur les bords du canal de l'Ourq.

2. Monsieur [B] [G] est le dirigeant de cette société. Il a déposé le 26 février 2018, la marque verbale française "Le Galanga", enregistrée sous le no 4432004, pour désigner en classe 39 les services de distribution (livraison de produits) et en classe 43 les services de restauration (alimentation), de bars, de traiteurs et les services hôteliers.

3. La société GW Hotel exploite plusieurs hôtels à [Localité 10] dont l'hôtel cinq étoiles Monsieur George situé au [Adresse 1] dans le [Localité 6] qui propose à ses clients un restaurant d'inspiration asiatique, référencé au guide Michelin.

4. M. [B] [G] et la société [G] Hui indiquent avoir découvert que le restaurant d'inspiration asiatique établi au sein de l'hôtel Monsieur George est dénommé "Galanga" et que la société HN6 Signature a déposé la marque verbale française "Galanga" le 13 septembre 2019 pour désigner les produits et services de la classe 43, à savoir les services de restauration (alimentation), d'hébergement temporaire, les services de bars, de traiteurs, les services hôteliers et de réservation de logements temporaires.

5. Estimant qu'il était ainsi porté atteinte à leurs droits, ils ont par courrier du 20 avril 2021, mis en demeure la société HN6 Signature de cesser ces agissements.

6. La société HN6 Signature a, postérieurement à ce courrier, déposé :

- la marque verbale française "Galanga By Monsieur Georges" pour désigner les services de la classe 43, le 20 juillet 2021 ;
- la marque verbale française "Galanga [Localité 10]", le 23 juillet 2021, pour désigner les services de la classe 43 et notamment les services de restauration, de bars et les services hôteliers.

7. Par actes du 16 novembre 2021, M. [B] [G] et la société [G] Hui ont fait assigner les sociétés GW Hotel et HN6 Signature devant le tribunal judiciaire de Paris en contrefaçon de marque et concurrence déloyale, afin que soit ordonné l'arrêt de l'activité de service de restauration sous le nom "Galanga".

8. Le 25 janvier 2022, la société HN6 Signature a renoncé aux marques "Galanga" et "Galanga [Localité 10]" afin de ne conserver que la marque "Galanga by Monsieur George" pour exploiter le restaurant de l'hôtel Monsieur George, ce dont elle a informé M. [B] [G] et la société [G] Hui par courrier du 15 février 2022.

9. Aux termes de leurs dernières conclusions notifiées par voie électronique le 17 mai 2022, M. [B] [G] et la société [G] Hui demandent au tribunal, au visa du livre VII du code de la propriété intellectuelle, des articles 1383-2 et 1240 du Code civil, de l'article 10 bis de la Convention de l'Union de Paris, et des articles L. 121-2 et suivants du code de la consommation, de :

- Dire et juger qu'en renonçant à leurs marques « Galanga» (no4581465) et « Galanga [Localité 10] » (no4787521) suite à l'assignation qui leur a été délivrée, les sociétés GW Hotel et HN6 Signature ont reconnu les faits de contrefaçon commis au préjudice des demandeurs, ce qui a valeur d'aveu judiciaire ;

- Dire et juger que l'offre en vente, la mise sur le marché et la commercialisation de services de restauration par les sociétés GW Hotel et HN6 Signature reproduisant ou imitant les caractéristiques de la marque verbale "Le Galanga" no4432004 de M. [G] constituent des actes de contrefaçon de droits de marque, conformément aux dispositions du Livre VII du code de la propriété intellectuelle et notamment des articles L 713.1 et suivants, L 716.1 et suivants et L 716.9 et L 716.10 et L 716.7 et suivants, ainsi que des actes de concurrence déloyale et de parasitisme en application de l'article 1240 du Code civil et de l'article 10 bis de la Convention de l'Union de Paris et ce au préjudice de la société [G] Hui;

En conséquence :

- Faire interdiction totale et immédiate aux sociétés GW Hotel et HN6 Signature d'exposer, d'offrir en vente, de mettre sur le marché et de commercialiser des services des classes 39 et 43 seul ou en combinaison avec d'autres éléments, ou de toute autre dénomination susceptible de créer une confusion avec la marque verbale "Le

Galanga" no4432004, pour des services identiques à ceux qu'ils commercialisent à quelque titre et sur quelque support que ce soit, et ce sous astreinte de 500 euros par infraction constatée et de 7.000 euros par jour de retard, et ce, à compter du prononcé du jugement, la juridiction de céans se réservant le droit de procéder à la liquidation de l'astreinte;

- Annuler les marques françaises "Galanga" no4581465, "Galanga by Monsieur George" no4786454 et enfin "Galanga [Localité 10]" no4787521 du fait des droits antérieurs de M. [B] [G] et de la société [G] Hui sur le nom "Galanga";

- Condamner chacune des sociétés GW Hotel et HN6 Signature à payer à M. [B] [G] la somme de 20.000 euros au titre des actes de contrefaçon de sa marque ;

- Condamner chacune des sociétés GW Hotel et HN6 Signature à payer à la société SAS [G] Hui la somme de 20.000 euros au titre des atteintes à son nom commercial et son enseigne ;

- Ordonner la publication aux frais exclusifs des sociétés GW Hotel et HN6 Signature du communiqué judiciaire suivant :

« Par décision du [.] , le Tribunal judiciaire de Paris, à la demande de Monsieur [G] et la société SAS [G] HUI, interdit aux sociétés GW Hotel et HN6 Signature, toute commercialisation de service de restauration, de bars, de traiteurs ou encore des services hôteliers sous le nom Galanga seul ou associé à un autre signe, sous quelque forme et à quelque titre que ce soit et notamment à titre de marque, de dénomination sociale, de nom commercial, nom de domaine ou d'enseigne, sur tous supports » dans 5 journaux et revues de presse française au choix discrétionnaire de M. [B] [G] et de la société [G] Hui et aux frais exclusifs de sociétés GW Hotel et HN6 Signature et ce, sans que le coût global de cette publication n'excède la somme de 20.000 euros H.T augmentée de la T.V.A au taux en vigueur au jour de la facturation, somme qui devra être consignée entre les mains de Monsieur le Bâtonnier de l'Ordre des avocats de Paris dans le délai de 48 heures à compter de la signification du jugement à intervenir, et ce sous astreinte de 500 euros par jour de retard. Le Tribunal dira que Monsieur le Bâtonnier de l'Ordre des avocats de Paris attribuera cette somme sur production de la commande de ces publications ;

- Ordonner la publication permanente du dispositif de la décision à intervenir sur la page d'accueil de tous les sites Internet des sociétés GW Hotel et HN6 Signature, en langue française ou anglaise, et notamment sur le site Internet à l'adresse monsieurgeorge.com, pendant 3 mois, et ce dans un délai de 8 jours à compter de la signification de la décision à intervenir, sous astreinte de 10.000 euros par jour de retard ;

- Dire que ces publications devront s'afficher de façon visible en lettres de taille suffisante, aux frais des sociétés GW Hotel et HN6 Signature, en dehors de tout encart publicitaire et sans mention ajoutée, dans un encadré de 468x120 pixels : le texte qui devra s'afficher en partie

haute et immédiatement visible de la page d'accueil devant être précédé du titre Avertissement judiciaire en lettres capitales et gros caractères ;

- Fixer le point de départ des astreintes prononcées à l'expiration du délai de 48 heures à compter de la signification de l'ordonnance à intervenir et s'en réserver expressément la liquidation ;
- Dire que les condamnations porteront sur tous les faits illicites commis jusqu'au jour du prononcé du jugement à intervenir ;
- Condamner les sociétés GW Hotel et HN6 Signature à payer chacune à M. [B] [G] et à la société [G] Hui la somme de 20.000 euros chacune, par application de l'article 700 du code de procédure civile ;
- Condamner sociétés GW Hotel et HN6 Signature aux entiers dépens, lesquels seront recouverts par M^e Charles-Antoine Joly, conformément aux dispositions de l'article 699 du code de procédure civile.

10. Aux termes de leurs dernières conclusions notifiées par voie électronique le 27 juin 2022, les sociétés HN6 Signature et GW Hotel et demandent au tribunal, au visa des articles L. 713-1 et suivants, de l'article 1240 du code civil, de l'article L. 121-1 du code de la consommation, de l'article 32-1 et de l'article 700 du code de procédure civile, de :

A titre principal :

- Dire et juger que le dépôt et/ou l'exploitation des marques "Galanga" et "Galanga [Localité 10]" n'a pas constitué une contrefaçon de la marque "Le Galanga" ;
 - Dire et juger que l'exploitation de la marque "Galanga by Monsieur George" ne constitue pas une contrefaçon de la marque "Le Galanga" ;
 - Dire et juger que les sociétés HN6 Signature et GW Hotel ne sont pas coupables d'actes de concurrence déloyale ou de parasitisme ;
 - Dire et juger que les sociétés HN6 Signature et GW Hotel ne sont pas coupables de pratiques commerciales déloyales sur le fondement de l'article L. 121-1 du code de la consommation ;
 - Constaté l'absence de préjudice pour M. [B] [G] et la société [G] Hui ;
- En conséquence
- Débouter M. [B] [G] et la société [G] Hui de toutes leurs demandes, fins et prétentions à leur égard ;
 - Condamner M. [B] [G] à payer, respectivement, à la société HN6 Signature et à la société GW Hotel, la somme de 3 000 euros pour procédure abusive ;
 - Condamner Monsieur [B] [G] à payer, respectivement, à la société HN6 Signature et la société GW Hotel la somme de 4 000 euros au titre de l'article 700 du code de procédure civile ;
 - Condamner la société [G] Hui à payer respectivement à la société HN6 Signature et à la société GW Hotel, la somme de 4 000 euros au titre de l'article 700 du code de procédure civile.

- Condamner la société [G] Hui et Monsieur [B] [G] aux entiers dépens.

L'ordonnance de clôture a été rendue le 29 juin 2022 et l'affaire a été renvoyée à l'audience du 27 février 2023.

MOTIFS

Sur la contrefaçon de la marque "Le Galanga"

Moyens des parties

11. La société [G] Hui et M.[B] [G] font tout d'abord valoir qu'en renonçant aux marques "Galanga" et "Galanga [Localité 10]", les sociétés GW Hotel et HN6 Signature ont implicitement reconnu la matérialité des faits de contrefaçon reprochés, ce qui s'apparente, selon eux, à un aveu judiciaire.

Aux fins de caractériser la contrefaçon de la marque "Le Galanga", dont ils défendent la forte distinctivité, ils exposent que les signes en litige sont quasi-identiques, le terme "Galanga" étant placé en position d'attaque des signes litigieux. Ils contestent à ce titre la banalité du terme "galanga", soutenue par les défendeurs et mettent en exergue le fait qu'ils l'ont eux-mêmes choisi à deux reprises pour exercer leur activité de restauration. Ils ajoutent que seuls deux autres restaurants situés à [Localité 8] et [Localité 7], portent le nom "Galanga", si bien que ce terme ne peut être qualifié d'usuel dans la profession.

Ils ajoutent que les services désignés par les marques en litige sont identiques s'agissant de services de restauration d'inspiration asiatique.

Ils en concluent que cela est de nature à générer une confusion dans l'esprit du public pertinent qui pourrait croire à l'existence un lien entre les deux établissements.

12. Les sociétés GW Hotel et HN6 Signature contestent tout aveu judiciaire qui pourrait résulter de leur renonciation aux marques "Galanga" et "Galanga [Localité 10]", alors qu'elles n'ont jamais exploité ces marques puisque le restaurant a toujours été associé au nom de l'hôtel Monsieur George. Elles rappellent, en tout état de cause, que le seul dépôt de ces marques ne peut constituer, à lui seul, un acte de contrefaçon faute d'exploitation de la marque dans la vie des affaires.

Contestant tout fait de contrefaçon, les défenderesses soutiennent enfin que le terme "galanga", en ce qu'il désigne un ingrédient fréquemment utilisé dans la cuisine thaïlandaise, évoque la

gastronomie asiatique et n'est donc pas un signe particulièrement distinctif et fort pour désigner un restaurant qui propose une telle cuisine. S'agissant du terme "Galanga by Monsieur George", les sociétés GW Hotel et HN6 Signature font valoir que tout risque de confusion est exclu car les signes en litige sont très différents, tant sur les plans visuel, l'un étant beaucoup plus long que l'autre, phonétique, le dernier mot "George" retenant l'attention du consommateur qui l'a prononcé, et conceptuel puisque le mot "by" permet de comprendre que le restaurant est géré est appartient à l'hôtel Monsieur George, qui devient alors l'élément dominant. Elles estiment ainsi que le public pertinent ne peut se méprendre sur l'origine des produits et services désignés par les signes en conflit. Elles ajoutent, s'il en était besoin, que les demandeurs ne font aucune démonstration du préjudice qu'ils allèguent.

Appréciation du tribunal

13. Conformément aux dispositions de l'article L. 713-2 du code de la propriété intellectuelle, " est interdit, sauf autorisation du titulaire de la marque, l'usage dans la vie des affaires pour des produits ou des services :

1o D'un signe identique à la marque et utilisé pour des produits ou des services identiques à ceux pour lesquels la marque est enregistrée ;
2o 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.

14. L'article L. 713-3-1 du code de la propriété intellectuelle précise que " sont notamment interdits, en application des articles L. 713-2 et L. 713-3, les actes ou usages suivants :

1o L'apposition du signe sur les produits ou sur leur conditionnement ;
2o L'offre des produits, leur mise sur le marché ou leur détention à ces fins sous le signe, ou l'offre ou la fourniture des services sous le signe ;
3o L'importation ou l'exportation des produits sous le signe ;
4o L'usage du signe comme nom commercial ou dénomination sociale ou comme partie d'un nom commercial ou d'une dénomination sociale ;
5o L'usage du signe dans les papiers d'affaires et la publicité ;
6o L'usage du signe dans des publicités comparatives en violation des dispositions des articles L. 122-1 à L. 122-7 du code de la consommation ;
7o La suppression ou la modification d'une marque régulièrement apposée.

Ces actes et usages sont interdits même s'ils sont accompagnés de mots tels que : " formule, façon, système, imitation, genre, méthode ".

15. Aux termes des dispositions de l'article L. 716-4 du code de la propriété intellectuelle, l'atteinte portée au droit du titulaire de la marque constitue une contrefaçon engageant la responsabilité civile de son auteur. Par ailleurs, constitue une atteinte aux droits attachés à la marque la violation des interdictions prévues aux articles L. 713- 2, L. 713-3-3 et au deuxième alinéa de l'article L. 713-4 du code de la propriété intellectuelle.

16. La caractérisation de la contrefaçon est subordonnée à la démonstration de l'usage du signe litigieux dans la vie des affaires, c'est-à-dire dans le contexte d'une activité commerciale visant à un avantage économique (CJUE, 12 nov. 2002, aff. C-206/01, Arsenal) de telle manière que cela porte atteinte aux fonctions de la marque.

17. Interprétant les dispositions de l'article 5 § 1 de la première Directive du Conseil du 21 décembre 1988 rapprochant les législations des États membres sur les marques (89/104/CEE), dont les dispositions précitées réalisent la transposition en droit interne, la Cour de Justice des Communautés européennes a dit pour droit que, constitue un risque de confusion au sens de ce texte, le risque que le public puisse croire que les produits ou services en cause proviennent de la même entreprise ou, le cas échéant, d'entreprises liées économiquement (voir arrêt Canon, C-39/97, point 29 ; arrêt Lloyd Schuhfabrik, C-342/97). Selon cette même jurisprudence, l'existence d'un risque de confusion dans l'esprit du public doit être appréciée globalement en tenant compte de tous les facteurs pertinents du cas d'espèce (voir, arrêt SABEL, C-251/95, point 22), cette appréciation globale impliquant une certaine interdépendance entre les facteurs pris en compte (voir arrêt Canon, point 17).

18. L'appréciation globale du risque de confusion doit, en ce qui concerne la similitude visuelle, auditive ou conceptuelle des marques en cause, être fondée sur l'impression d'ensemble produite par celles-ci, en tenant compte en particulier de leurs éléments distinctifs et dominants. Aux fins de cette appréciation globale, le consommateur moyen de la catégorie de produits concernée est censé être normalement informé et raisonnablement attentif et avisé (voir, arrêt Gut Springenheide et Tusky, C-210/96, point 31 ; arrêt Lloyd Schuhfabrik, C-342/97, point 26).

19. Afin d'apprécier le degré de similitude existant entre les marques concernées, la juridiction nationale doit déterminer leur degré de similitude visuelle, auditive et conceptuelle et, le cas échéant, évaluer l'importance qu'il convient d'attacher à ces différents éléments, en tenant compte de la catégorie de produits ou services en cause et des conditions dans lesquelles ils sont commercialisés (voir arrêt Lloyd Schuhfabrik, C-342/97). Enfin, pour apprécier la similitude entre des

produits ou des services, il y a lieu de tenir compte de tous les facteurs pertinents qui caractérisent le rapport entre ces produits ou ces services ; ces facteurs incluent, en particulier, leur nature, leur destination, leur utilisation ainsi que leur caractère concurrent ou complémentaire (voir arrêt Canon, C-39/97, point 23).

20. L'appréciation de la similitude entre deux marques ne peut se limiter à prendre en considération uniquement un composant d'une marque complexe et à le comparer avec une autre marque. Il y a lieu, au contraire, d'opérer la comparaison en examinant les marques en cause considérées chacune dans son ensemble (arrêt OHMI/Shaker, point 41).

21. L'impression d'ensemble produite dans la mémoire du public pertinent par une marque complexe peut, dans certaines circonstances, être dominée par un ou plusieurs de ses composants. Toutefois, ce n'est que si tous les autres composants de la marque sont négligeables que l'appréciation de la similitude pourra se faire sur la seule base de l'élément dominant (arrêts OHMI/Shaker, points 41 et 42, ainsi que Nestlé/OHMI, points 42 et 43).

22. À cet égard, la Cour a précisé qu'il n'est pas exclu qu'une marque antérieure, utilisée par un tiers dans un signe composé comprenant la dénomination de l'entreprise de ce tiers, conserve une position distinctive autonome dans le signe composé. Dès lors, aux fins de la constatation d'un risque de confusion, il suffit que, en raison de la position distinctive autonome conservée par la marque antérieure, le public attribue également au titulaire de cette marque l'origine des produits ou des services couverts par le signe composé (arrêt Medion, C-120/04, points 30 et 36).

23. Cependant, un élément d'un signe composé ne conserve pas une telle position distinctive autonome si cet élément forme avec le ou les autres éléments du signe, pris ensemble, une unité ayant un sens différent par rapport au sens desdits éléments pris séparément (voir, en ce sens, ordonnance ecoblue/OHMI et Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, C-23/09 P, point 47; arrêt Becker/Harman International Industries, points 37 et 38 ; ordonnance Perfetti Van Melle/OHMI, points 36 et 37 ; arrêt Bimbo Sa c/ OHMI et Panrico, C-591/12 P, points 26 à 29).

24. En l'espèce, il est établi, par les pièces versées aux débats, que M. [G] est titulaire de la marque verbale française "Le Galanga" no4432004 déposée le 26 février 2019 pour désigner les services de la classe 39, en particulier les services de distribution (livraison de produits) et ceux de la classe 43, à savoir les services de restauration

(alimentation), de bars, de traiteurs et les services hôteliers. Il exploite depuis 2016, sous ce signe, un restaurant thaïlandais.

25. De même, les extraits de la base de données de l'INPI versés aux débats permettent d'établir que la société HN6 Signature a totalement renoncé à la marque verbale française "Galanga" déposée le 13 septembre 2019 et à la marque verbale française "Galanga [Localité 10]" déposée le 23 juillet 2021, désignant toutes deux les services de la classe 43. Elle n'est donc plus titulaire, à la date où le tribunal statue, que de la marque verbale française "Galanga By Monsieur Georges" déposée le 20 juillet 2021 pour désigner les services de la classe 43.

26. La renonciation par la société HN6 Signature aux deux marques "Galanga" et "Galanga [Localité 10]" ne saurait constituer un aveu judiciaire de l'existence de faits de contrefaçon au sens de l'article 1382-2 du Code civil. En effet, outre le fait que l'aveu ne peut résulter que de la reconnaissance en justice d'un fait par une partie, l'aveu exige, de la part de son auteur, une manifestation non équivoque de la sa volonté de reconnaître pour vrai un fait de nature à produire contre lui des conséquences juridiques (Civ. 3e, 4 mai 1976), ce qui n'est pas le cas en l'espèce.

27. Par ailleurs, M. [G] et la société [G] Hui ne rapportent nullement la preuve que ces deux marques "Galanga" et "Galanga [Localité 10]" ont été utilisées dans la vie des affaires avant la renonciation par la société H6 Signature. Or, il est constant qu'un simple dépôt de marque ne peut constituer un acte de contrefaçon à défaut de démonstration d'un tel usage. En effet, la demande d'enregistrement d'un signe en tant que marque ne constitue pas un acte de contrefaçon dès lors qu'une telle demande, même lorsqu'elle est accueillie, ne caractérise pas un usage pour des produits ou des services en l'absence de tout début de commercialisation de produits ou services sous le signe et qu'en pareil cas, aucun risque de confusion dans l'esprit du public et, par conséquent, aucune atteinte à la fonction essentielle d'indication d'origine de la marque, ne sont susceptibles de se produire (Com., 13 octobre 2021, pourvoi no 19-20.504 - Com., 13 octobre 2021, pourvoi no 19-20.959). La demande fondée sur la contrefaçon ne peut donc prospérer concernant ces deux marques.

28. Il n'est en revanche pas contesté que la marque verbale française "Galanga By Monsieur Georges", dont est toujours titulaire la société HN6 Signature, est utilisée pour désigner le service de restauration de l'hôtel Monsieur Georges exploité par la société GW Hotel, ce qui constitue un usage du signe dans la vie des affaires.

29. Les services désignés par les deux signes en litige sont également pour partie identiques, dans la mesure où ils concernent les services de la classe 43 de restauration (alimentation), bars, traiteurs et services hôteliers.

30. Les signes n'étant quant à eux pas identiques, il convient de rechercher s'il existe entre "Le Galanga" d'une part et "Galanga by Monsieur George" d'autre part, un risque de confusion pour le public pertinent qui est, au cas d'espèce, un consommateur de produits de restauration, amateur de restaurants, en particulier de cuisine asiatique, notamment thaïlandaise.

31. Sur le plan visuel comme auditif, les signes en présence apparaissent d'emblée différents : En effet, la marque première est composée du mot "galanga" précédé du déterminant défini "le" tandis que la marque seconde est une marque composée dans laquelle sont ajoutés au terme "galanga" les mots "By Monsieur Georges". En plus d'être visuellement plus longue (24 caractères contre 9), la marque seconde se distingue sur le plan phonétique par des sonorités différentes.

32. Certes, le terme "galanga" qui compose la marque antérieure se retrouve dans la marque seconde en position d'accroche, à laquelle le consommateur accorde traditionnellement une attention plus importante. Cependant, ainsi que le soulignent justement les défenderesses, ce terme est défini dans le dictionnaire Larousse cuisine comme "un cousin du gingembre - d'ailleurs on le dénomme parfois "gingembre de Siam", le galanga est un rhizome très aromatique et poivré, citronné mais légèrement amer. En Thaïlande ou au Cambodge, il est utilisé pour parfumer les currys ou les soupes". Dès lors, en sa qualité d'épice utilisée en particulier dans la cuisine asiatique, il constitue un terme évocateur de cette cuisine du monde, et ne peut que conférer à la marque première déposée, une faible distinctivité pour désigner un service de restauration asiatique. Il en résulte que dans la marque seconde, le signe "galanga" perd sa position distinctive autonome au profit des termes "by Monsieur Georges", dont la société H6 Signature démontre qu'ils sont au contraire arbitraires pour désigner les services concernés, et constituent l'élément dominant de cette marque composée.

33. Les termes "by Monsieur George" mettent par ailleurs en évidence l'origine du service proposé comme un élément "signature", ce qui permet également de différencier sur le plan conceptuel la marque de la société HN6 Signature de la marque première, qui ne fait que référence à l'épice précitée.

34. Au regard de l'ensemble de ces considérations, le tribunal retient que les signes en cause présentent de nettes différences tant sur les plans phonétiques et visuels que conceptuels, si bien qu'un risque de confusion dans l'esprit du public pertinent d'attention moyenne apparaît exclu, le consommateur concerné étant en mesure de différencier l'origine des services couverts par les deux marques.

35. Par conséquent, M. [B] [G] et la société [G] Hui seront déboutés de l'ensemble de leurs demandes sur le fondement de la contrefaçon.

Sur la concurrence déloyale, parasitaire et les pratiques commerciales trompeuses

Moyens des parties

36. La société [G] Hui soutenue en cela par M. [G], estime également que les sociétés GW Hotel et HN6 Signature se sont livrées à des actes de concurrence déloyale et parasitaire à son préjudice, qu'il convient de sanctionner compte-tenu de l'aviissement de leur signe distinctif. Elle ajoute qu'elles ont par ce biais profité indument d'un courant d'affaire et de leur notoriété. Elle estime enfin qu'est ainsi caractérisée une pratique commerciale trompeuse.

37. Les sociétés GW Hotel et HN6 Signature, après avoir rappelé que seule la société GW Hotel peut être inquiétée sur ce fondement, la société HN6 Signature n'étant que titulaire de la marque, concluent à l'absence de tout fait constitutif de concurrence déloyale et parasitaire. Outre le fait qu'aucun fait distinct n'est invoqué, elles concluent qu'aucun élément ne permet d'établir que la société GW Hotel a eu recours à des procédés contraires aux règles et aux usage, caractérisant un usage excessif de sa liberté d'entreprendre. Elles ajoutent que le restaurant qu'elles exploitent dans leur hôtel cinq étoiles ne peut avoir profité de la notoriété du restaurant des demandeurs. Elles notent encore que les demandeurs ne précisent pas en quoi l'exploitation du restaurant altérerait ou serait susceptible d'altérer de manière substantielle le comportement économique du consommateur. Enfin, elles soulignent l'absence de démonstration du préjudice invoqué.

Appréciation du tribunal

L'article 1240 du code civil 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 ».

38. La concurrence déloyale, fondée sur le principe général de responsabilité civile édicté par l'article 1240 du code civil, consiste en

des agissements s'écartant des règles générales de loyauté et de probité professionnelle applicables dans la vie des affaires tels que ceux créant un risque de confusion avec les produits ou services offerts par un autre. L'appréciation de la faute au regard du risque de confusion doit résulter d'une approche concrète et circonstanciée des faits de la cause prenant en compte notamment le caractère plus ou moins servile, systématique ou répétitif de la reproduction ou de l'imitation, l'ancienneté d'usage, l'originalité, la notoriété de la prestation copiée.

39. Le parasitisme se définit comme l'ensemble des comportements par lequel un agent économique s'immisce dans le sillage d'un autre afin de tirer profit, sans rien dépenser, de ses efforts et de son savoir-faire.

40. Ces actions supposent la caractérisation d'une faute génératrice d'un préjudice, reposant sur des faits distincts de ceux invoqués au titre de l'atteinte au droit privatif de la marque d'ores et déjà pris en compte par l'action en contrefaçon.

41. En l'espèce, outre le fait que la société [G] Hui et M. [G] n'allèguent aucun fait distinct de ceux ayant d'ores et déjà été examinés sous l'angle de la contrefaçon de marque, il a été démontré qu'il n'existe aucun risque de confusion, alors que les deux restaurants exercent pour des clientèles et dans des secteurs géographiques différents, si bien que la demande fondée sur la concurrence déloyale ne peut prospérer.

42. Il en est de même s'agissant de la demande fondée sur le parasitisme alors que M. [G] et la société [G] Hui n'allèguent ni ne démontre l'existence d'un comportement de la part de la société GW Hotel tendant à tirer profit, sans bourse délier, d'une valeur économique qu'ils auraient constituée, en justifiant d'investissements réalisés.

43. Enfin, M. [G] et la société [G] Hui ne font qu'affirmer, sans le démontrer, que le comportement des défenderesses relèverait de pratiques commerciales trompeuses.

44. Les demandes de dommages-intérêts ainsi formulées seront donc rejetées.

Sur la demande de dommages-intérêts pour procédure abusive

Moyens des parties

45. Les sociétés GW Hotel et HN6 Signature estime que c'est de manière opportuniste que les demandeurs ont engagé et maintenu la présente action, alors qu'ils ne cherchaient qu'à réaliser une opération économique.

Appréciation du tribunal

46. Ester en justice est un droit et ne dégénère en abus pouvant justifier l'allocation de dommages-intérêts que dans les cas de malice, de mauvaise foi ou d'erreur grossière équipollente au dol. Une telle condamnation à dommages-intérêts pour procédure abusive implique donc que soit rapportée la preuve d'une intention malicieuse du demandeur et de la conscience d'un acharnement procédural voué à l'échec.

47. Or, en l'espèce, M. [G] et la société [G] Hui ont pu se méprendre sur l'étendue de leurs droits, sans qu'aucune intention dolosive ne soit caractérisée par les défendeurs. Par ailleurs, les sociétés défenderesses n'invoquent d'autre préjudice que celui résultant de l'obligation de se défendre, qui fait l'objet d'une demande au titre des frais irrépétibles.

48. Par conséquent, il convient de rejeter la demande de dommages-intérêts pour procédure abusive formée par les sociétés HN6 Signature et GW Hotel.

Sur les demandes annexes

49. Succombant, M. [B] [G] et la société [G] Hui seront condamnés aux dépens de l'instance.

50. Supportant les dépens, ils seront condamnés à payer à la société HN6 signature et la société GW Hotel prises ensemble la somme de 8.000 euros sur le fondement des dispositions de l'article 700 du code de procédure civile.

51. L'exécution provisoire de la présente décision est de droit.

PAR CES MOTIFS

Le tribunal, statuant publiquement par mise à disposition au greffe, contradictoirement et en premier ressort,

DÉBOUTE M. [B] [G] et la société [G] Hui de l'ensemble de leurs demandes ;

DÉBOUTE les société HN6 Signature et GW Hotel de leur demande de dommages-intérêts pour procédure abusive ;

CONDAMNE M. [B] [G] et la société [G] Hui aux dépens de l'instance ;

CONDAMNE [B] [G] et la société [G] Hui à payer à la société HN6 signature et la société GW Hotel prises ensemble la somme de 8.000 euros (huit mille euros) sur le fondement des dispositions de l'article 700 du code de procédure civile ;

RAPPELLE que l'exécution provisoire de la présente décision est de droit.

LA GREFFIERE LA PRESIDENTE