

## **DECISION**

### **STATUANT SUR UNE DEMANDE EN DECHEANCE**

\*\*\*\*

LE DIRECTEUR GENERAL DE L'INSTITUT NATIONAL DE LA PROPRIETE INDUSTRIELLE;

**Vu** le Code de la propriété intellectuelle et notamment ses articles L.411-1, L. 411-4, L. 411-5, L. 714-4 à L. 714-6, L. 716-1, L.716-1-1, L.716-3, L.716-3-1, L.716-5, R. 411-17, R.714-1 à R.714-6, R. 716-1 à R.716-13, et R. 718-1 à R. 718-5 ;

**Vu** l'arrêté du 24 avril 2008 modifié par l'arrêté du 9 décembre 2019 relatif aux redevances de procédure perçues par l'Institut national de la propriété industrielle ;

**Vu** l'arrêté du 4 décembre 2020 relatif à la répartition des frais exposés au cours d'une procédure d'opposition à un brevet d'invention ou de nullité ou déchéance de marque ;

**Vu** la décision du Directeur général de l'Institut national de la propriété industrielle n° 2020-35 du 1er avril 2020 relative aux modalités de la procédure en nullité ou en déchéance d'une marque.

#### **I.- FAITS ET PROCEDURE**

1. Le 8 février 2023, la société de droit italien CONSORZIO DI PROMOZIONE E TUTELA DELLA PIADINA ROMAGNOLA IGP (le demandeur), a présenté une demande en déchéance enregistrée sous la référence DC23-0028 contre la partie française de l'enregistrement international n° 736344 portant sur le signe verbal, ci-dessous reproduit :

#### **PIADINA**

Cet enregistrement international, dont la société RENZI AG- société de droit suisse - est titulaire (le titulaire de la marque contestée), daté du 26 mai 2000, a fait l'objet d'une notification à l'Institut par le Bureau international le 27 juillet 2000 et a été régulièrement renouvelé.

2. La demande en déchéance porte sur la totalité des produits pour lesquels la marque contestée est enregistrée, à savoir :

**Classe 30** : « Produits à base de céréales, en particulier galettes de pâte avec ou sans garniture »

3. Le demandeur invoque les motifs suivants : « La marque n'a pas fait l'objet d'un usage sérieux » et « La marque est devenue la désignation usuelle du produit ou service ».
4. Un exposé des moyens a été versé à l'appui de cette demande en nullité.
5. L'Institut a informé le titulaire de la marque contestée de la demande en déchéance et l'a invité à se rattacher au dossier électronique, par courrier simple envoyé à l'adresse du déposant ainsi que par courrier simple et courriel au mandataire inscrit à la Gazette de l'OMPI.
6. La demande en déchéance a été notifiée au mandataire du titulaire de la marque contestée à l'adresse indiquée lors de son rattachement, par courrier recommandé en date du 17 mars 2023, reçu le 24 mars 2023. Cette notification l'invitait à présenter des observations en réponse et produire toute pièce qu'il estimerait utile dans un délai de deux mois à compter de sa réception.
7. Au cours de la phase d'instruction, le titulaire de la marque contestée a présenté deux jeux d'observations en réponse auxquels le demandeur a répondu une fois dans les délais impartis.
8. Une audition ayant été accordée à la requête du demandeur, les parties ont été invitées, par courrier du 4 décembre 2023, à présenter des observations orales en application de l'article R. 716-6 du code de la propriété intellectuelle le 26 février 2024 à 14h30.
9. L'audition a eu lieu le 26 février 2024 en présence des deux parties qui ont chacune présenté des observations.
10. Le jour de présentation des observations orales marquant la fin de la phase d'instruction conformément aux dispositions de l'article R.716-8 du code de la propriété intellectuelle, les parties ont été informées de la date de fin de la phase d'instruction, à savoir le 26 février 2024.

### Prétentions du demandeur

11. Dans son exposé des moyens, le demandeur produit plusieurs pièces aux fins d'appuyer son argumentation (infra point 14) et soutient que :
- La marque PIADINA est soumise à obligation d'usage depuis plus de cinq ans et sollicite que la déchéance des droits du titulaire soit prononcée à compter de la date d'enregistrement de la marque contestée ;
  - La marque contestée est devenue, du fait de son titulaire, la désignation usuelle dans le commerce des produits visés dans l'enregistrement ;
- A ce titre, il considère :
- o que la marque « Piadina » est la désignation usuelle de produits à base de céréales, à savoir d'un type de pain plat et rond, d'origine italienne, aussi bien auprès des professionnels que du grand public et produit des pièces à cet égard ;

- que le titulaire de la marque contestée n'a pas pris de mesures propres à éviter le phénomène de dégénérescence et produit des pièces à cet égard.
- Enfin, il demande à l'Institut de prononcer la déchéance totale des droits du titulaire sur la partie française de l'enregistrement international contesté, et de le condamner à prendre en charge les frais afférents à la présente procédure d'annulation.
12. Dans ses premières et dernières observations en réponse, le demandeur :
- Reprend et complète les arguments développés dans son exposé des moyens et notamment :
    - Sur l'usage sérieux conteste la pertinence des pièces produites au motif qu'elles portent sur un usage purement descriptif, qu'elles sont pour certaines en dehors de la période pertinente, qu'elles ne portent pas sur le territoire français et sont insuffisantes ;
    - Sur la dégénérescence, produit de nouvelles pièces et répond aux arguments du titulaire sur le caractère usuel de l'usage et sur sa « passivité » pour empêcher cette dégénérescence ;
  - Sollicite la tenue d'une commission orale ;
  - Réitère sa demande de prise en charge des frais par le titulaire.
13. Dans ses observations orales, le demandeur a repris les arguments développés lors de ses observations écrites et insiste sur le fait que tant les pièces qu'il produit que celles du titulaire démontrent la dégénérescence de la marque contestée. Il insiste également sur l'insuffisance de l'usage pour être qualifié de sérieux.
14. A l'appui de son exposé des moyens et de ses observations en réponse, le demandeur produit les pièces suivantes:
- **Annexe n°1** : Extrait de la base de données Madrid Monitor relatif à la portion française de l'enregistrement international PIADINA no. 736344
  - **Annexe n°2** : Extrait du registre du commerce relatif au Consorzio di Promozione e Tutela della Piadina Romagnola, accompagné de sa traduction en français
  - **Annexe n°3** : Avis de refus provisoire total émis par L'institut Fédéral de la Propriété Intellectuelle à l'encontre de la portion suisse de la marque internationale PIADINA no. 736344 du 26 juillet 2021
  - **Annexe n°4** : Article « Italie. La piadina des poètes » de D P, publié dans Courrier International du 1<sup>er</sup> octobre 2003
  - **Annexe n°5** : Avis de refus provisoire total émis par l'Office Japonais des Brevets à l'encontre de la portion suisse de la marque internationale PIADINA no. 736344
  - **Annexe n°6** : Livre « 100% Pain », d'E K, J R et F G d'octobre 2003
  - **Annexe n°7** : Livre « La Piadina Romagnola, Ricette, Storia, Curiosità »
  - **Annexe n°8** : Extrait du forum du site « supertoinette.com », question « piadine photo » comportant des commentaires de 2004 à 2008
  - **Annexe n°9** : Recette intitulée « piadine (Italie – emilia romagna) » publiée sur le site www.marmiton.org comportant des commentaires de 2011 à 2018
  - **Annexe n°10** : Extrait du blog culinaire Papilles et Tupilles, intitulé « Piadines italiennes » du 29 novembre 2005
  - **Annexe n°11** : Définition de « Césène » dans l'encyclopédie en ligne Wikipedia dans sa version du 27 juin 2005
  - **Annexe n°12** : Extrait du blog « Gourmandizzez », disponible sur le site www.tonnin.fr, recette intitulée « Piadina Italienne »
  - **Annexe n°13** : Définition de la « piadina » dans l'encyclopédie en ligne Wikipedia
  - **Annexe n°14** : Extrait du site So Many paris, intitulé « Notre recette italienne de piadina »

- romagnola » ([www.somanyparis.com](http://www.somanyparis.com) »)
- **Annexe n°15** : Capture d'écran du site [www.youtube.com](http://www.youtube.com), avec une vidéo intitulée « piadina : recette de base pour la pâte-première part »
  - **Annexe n°16** : Publication au JOUE C 153/9 de la demande d'IGP IT-PGI-0005-01067 « Piadina Romagnola » / « Piada Romagnola »
  - **Annexe n°17** : Règlement d'Exécution (UE) No 1174/2014 de la Commission enregistrant une dénomination dans le registre des appellations d'origine protégées et des indications géographiques protégées [Piadina Romagnola/Piada Romagnola (IGP)]
  - **Annexe n°18** : Certificat d'enregistrement no. 1012 de l'appellation d'origine PIADINA ROMAGNOLA / PIADA ROMAGNOLA
  - **Annexe n°19** : Site Internet « Papa Piadine », disponible à [www.papapiadine.fr](http://www.papapiadine.fr)
  - **Annexe n°20** : Extrait du site « Panier de Saison », recette intitulée « Piadina de pommes de terre primeurs »
  - **Annexe n°21** : Extrait du site Internet « Un Déjeuner au Soleil », recette intitulée « Piadina, pain plat italien (recette et vidéo) »
  - **Annexe n°22** : Extrait du site Internet « La Cuisine Italienne », recette intitulée « la piadina »
  - **Annexe n°23** : Extrait du site Internet « La Tavola di Gaël », recette intitulée « Piadina Maison »
  - **Annexe n°24** : Extrait du site Internet « Cuisine AZ », recette intitulée « Piadina »
  - **Annexe n°25** : Extrait du site Internet de la société Bonneterre ([www.bonneterre.fr](http://www.bonneterre.fr)), recette intitulée « Piadina jambon aux herbes Bonneterre »
  - **Annexe n°26** : Extrait du site Internet [www.chefsimon.com](http://www.chefsimon.com), article intitulé « Découvrez les recettes de piadina comme en Italie »
  - **Annexe n°27** : Extrait du site Internet « [www.femmeactuelle.fr](http://www.femmeactuelle.fr) », article intitulé « Piadina au jambon »
  - **Annexe n°28** : Extrait du site Internet « Je suis un cuisinier », recette intitulée « Recette de la piadina (pain plat italien). Sans four ni levure ».
  - **Annexe n°29** : Extrait du site Internet « [lavielclair.com](http://lavielclair.com) » recette intitulée « Piadina mozzarella, pignons de pin et pesto de tomates séchées »
  - **Annexe n°30** : Extrait du site Internet [www.lidle-recettes.fr](http://www.lidle-recettes.fr), recette intitulée « Piadina purée de tomates, coppa et gorgonzola »
  - **Annexe n°31** : Extrait du site Internet [www.bienmanger.com](http://www.bienmanger.com), recette intitulée « Piadina fraîche au blé complet – Spécialité culinaire italienne »
  - **Annexe n°32** : Extrait du site Internet <https://forzapiadina.fr/fr>
  - **Annexe n°33** : Décision de l'INPI dans la procédure d'opposition 21-4110, RC Food v Accor
  - **Annexe n°34** : Extrait du site Internet [larousse.fr](http://larousse.fr), section des dictionnaires bilingues, définition de « piadina »
  - **Annexe n°35** : Extraits du site Internet [Carrefour.fr](http://Carrefour.fr)
  - **Annexe n°36** : Définition de « piadina » dans le dictionnaire français-italien de Larousse, extrait du site [www.larousse.fr](http://www.larousse.fr)
  - **Annexe n°37** : Utilisation de « piadina » et « piadine » par des établissements parisiens proposant notamment à la vente des « piadinas »
  - **Annexe n°38** : Factures émises par des producteurs de « piadinas » à l'attention de clientèle française
  - **Annexe n°39** : Extrait du site Internet [www.angolofood.com](http://www.angolofood.com)
  - **Annexe n°40** : Extrait d'une recherche effectuée sur la base de données de marques de l'INPI sur les marques comprenant le terme PIADINA, en vigueur, en classe 30
  - **Annexe n°41** : Extrait d'une recherche effectuée sur la base de données de jurisprudence Darts IP, concernant les litiges ayant impliqué des marques comprenant le terme « piadina »
  - **Annexe n°42** : Extrait d'une recherche effectuée sur la base de données de jurisprudence Darts IP, concernant les litiges ayant impliqué les entités comprenant le nom « renzi »
  - **Annexe n°43** : Articles de presse parus au sujet de Achimer Stadtbackerei

## Prétentions du titulaire de la marque contestée

15. Dans ses premières observations en réponse, le titulaire de la marque contestée a présenté des pièces destinées à démontrer l'usage sérieux de la marque contestée (lesquelles seront listées et analysées au point 30) et soutient:
- S'agissant de la demande en déchéance pour défaut d'usage sérieux, que la marque contestée fait l'objet d'un usage sérieux, notamment en France par le titulaire, plus spécifiquement par sa filiale Renzi Food, dont la commercialisation se fait, en France, par l'intermédiaire de la société Edna, de la société Migros et de la société Bofrost ainsi que sur internet par l'intermédiaire de la société allemande Galileo Lebensmittel gmbh & co ;
  - S'agissant de la demande en déchéance au motif que la marque contestée est devenue la désignation usuelle du produit :
    - o En premier lieu que la demande doit être déclarée irrecevable comme introduite de mauvaise foi en ce que l'enregistrement des indications géographiques de Provenance « Piadina Romagnola » et « Piada Romagnola » par le règlement d'exécution n° 1174/2014 et postérieure à la protection de la partie française de l'enregistrement internationale contestée ;
    - o En tout état de cause, que :
      - Les éléments avancés par la demanderesse ne sont aucunement de nature à démontrer que le signe PIADINA est devenu la désignation usuelle de produits à base de céréales, en particulier galettes de pâte avec ou sans garniture pour le public français ;
      - La portée d'une partie des pièces produites doit être relativisée comme issue du site Wikipedia, de blogs, forums ou sites Internet de particuliers ;
      - Le terme PIADINA dont la partie adverse tente de démontrer la banalisation est utilisé également sous d'autres formes telles que « piadine », « piada » ou encore « pida ».

Enfin, il sollicite de l'Institut la prise en charge par le demandeur de l'ensemble des frais afférents exposés par le titulaire dans la présente procédure d'annulation.

16. Dans ses deuxièmes et dernières observations en réponse, le titulaire de la marque contestée réitère ses arguments précédemment soulevés et conteste ceux du demandeur tant sur les pièces produites au titre de l'usage sérieux que sur la démonstration de la dégénérescence.

Il réitère sa demande de prise en charge des frais par le titulaire.

17. Dans ses observations orales, le titulaire de la marque contestée a repris les arguments développés lors de ses observations écrites.

## II.- DECISION

### A. Sur la recevabilité de la demande en déchéance

18. Le titulaire de la marque contestée soutient que la demande en déchéance a été introduite de mauvaise foi et doit à ce titre être considérée comme irrecevable au motif que « *la publication du règlement d'exécution n° 1174/2014 de la Commission enregistrant ces dénominations à titre d'Indication Géographique Protégée est bien postérieure au dépôt de la*

*portion française de la marque PIADINA n° 736344 contestée de la demanderesse qui a été enregistrée le 26 mai 2020 ».*

19. Il convient de préciser que si l'intérêt à agir n'est pas requis dans le cadre des demandes en déchéance formées devant l'Institut, en application de l'article L. 716-3 du code de la propriété intellectuelle, la notion d'abus de droit ou de procédure abusive est indépendante des règles relatives à la personne habilitée à introduire une demande de déchéance. Le droit de présenter une demande en déchéance est susceptible de dégénérer en abus uniquement s'il relève en réalité d'une intention de nuire de la part du demandeur.
20. Toutefois, en l'espèce, le titulaire de la marque contestée ne démontre pas en quoi l'antériorité de la marque contestée sur la publication du règlement d'exécution enregistrant les dénominations Piadina Romagnola et Piada Romagnola dans le registre des indications géographiques protégées serait de nature à caractériser l'existence d'un abus de droit à agir.  
  
Ainsi, à défaut d'argument démontrant une intention de nuire de la part du demandeur, la présente demande en déchéance ne saurait être considérée comme abusive.
21. **Par conséquent, la présente procédure en déchéance est recevable.**

## **B. Sur le fond**

### **1. Sur l'usage sérieux**

22. Conformément aux articles L.714-4 et L.714-5 du code la propriété intellectuelle, le titulaire d'une marque peut être déchu de ses droits si, pendant une période ininterrompue de cinq ans, la marque n'a pas fait l'objet d'un usage sérieux en France pour les produits ou services pour lesquels elle est enregistrée et qu'il n'existe pas de justes motifs de non-usage.
23. L'article L. 714-5 du code précité précise qu'« *est assimilé à un usage [sérieux] [...] :*  
3° *L'usage de la marque par le titulaire ou avec son consentement, sous une forme modifiée n'en altérant pas le caractère distinctif, que la marque soit ou non enregistrée au nom du titulaire sous la forme utilisée ».*
24. En vertu de l'article L.716-3 dernier alinéa, « *La déchéance prend effet à la date de la demande ou, sur requête d'une partie, à la date à laquelle est survenu un motif de déchéance ».*
25. L'article L.716-3-1 du même code prévoit que la preuve de l'exploitation incombe au titulaire de la marque dont la déchéance est demandée. Elle peut être rapportée par tous moyens.
26. Enfin, l'article R.716-6 du code précité prévoit dans son 1° : « *Pour les demandes en déchéances fondées sur l'article L.714-5, les pièces produites par le titulaire de la marque doivent établir que la marque contestée a fait l'objet d'un usage sérieux au cours des cinq années précédant la demande en déchéance ».*

### **Période pertinente**

27. En l'espèce, l'enregistrement international contesté a été notifié aux offices nationaux concernés dont l'Institut, le 27 juillet 2000. Aucune notification de refus provisoire ni d'opposition n'ayant été communiquée par l'Institut pour la partie française, la marque contestée est réputée enregistrée pour la France à l'expiration du délai de 4 mois visé à l'article R.717-4 précité soit le 27 novembre 2000. La demande en déchéance a quant à elle été déposée le 8 février 2023.

28. Par conséquent, la marque contestée avait été enregistrée depuis plus de cinq ans à la date de dépôt de la demande en déchéance.
29. Le titulaire de la marque contestée devait prouver l'usage sérieux de sa marque au cours de la période de cinq ans précédant la date de la demande en déchéance soit du 8 février 2018 au 8 février 2023 inclus, pour l'ensemble des produits désignés dans l'enregistrement.
30. A l'appui de son argumentation, le titulaire de la marque contestée a transmis les pièces suivantes, qu'il a ainsi nommées
- **Pièce n°1.1** : Extrait de la page d'accueil du site renzifood.com / piadina.be et sa traduction française
  - **Pièce n°1.2** : Archive « Wayback Machine » de la page d'accueil du site internet renzifood.com / piadina.be du 07.03.2022
  - **Pièce n°2.1** : Extrait de la page « Marques » du site renzifood.com / piadina.be et sa traduction française
  - **Pièce n°2.2** : Archive « Wayback Machine » de la page « Marques » du site renzifood.com / piadina.be du 25.09.2022
  - **Pièce n°3.1** : Page « Pays » du site renzifood.com / piadina.be et sa traduction française
  - **Pièce n°3.2** : Archive « Wayback Machine » de la page « Pays » du site renzifood.com / piadina.be du 25.09.2022
  - **Pièce n°4.1** : Photographies des produits et de la gamme vendus sous la marque Piadina®
  - **Pièce n°4.2** : Photographies des emballages des produits vendus avec mention de la marque Piadina®
  - **Pièce n°5** : Contrat entre les sociétés Renzi AG, Edna Surgelés France et Edna International GmbH et sa traduction française
  - **Pièce n°6.1** : Factures émises à la société française EDNA Surgelés Sarl avec différentes adresses de livraison en France, et leur traduction française
  - **Pièce n°6.2** : Bons de livraison à EDNA Surgelés Sarl avec différentes adresses de livraison en France, et leur traduction française
  - **Pièce n°7** : Description Piadina® pour Migros en France
  - **Pièce n°8.1** : Page du site Internet Galileo Food présentant les produits de marque Piadina®
  - **Pièce n°8.2** : Archive « Wayback Machine » de la page du site Internet Galileo Food présentant les produits de marque Piadina® daté du 01.07.2022
  - **Pièce n°9.1** : Page d'accueil du site angolofood.com et sa traduction française
  - **Pièce n°9.2** : Archive « Wayback Machine » de la page d'accueil du site angolofood.com du 07.03.2022
  - **Pièce n°10** : Décompte des ventes de produits de marque PIADINA par Achimer Stadtbäckerei GmbH & Co. KG à ImmoRe Deutschland Nord GmbH et sa traduction française
  - **Pièce n°11** : Extrait du Larousse français
  - **Pièce n°12** : Attestation sur l'honneur de M. R
31. A titre liminaire, il y a lieu de préciser que selon le titulaire, la commercialisation des produits de la marque contestée se fait par le biais de plusieurs distributeurs en France, à savoir :
- La société Edna et notamment Edna Surgelés ; (Pièces n°5, 6.1 et 6.2)
  - La société Migros en France et la société Bofrost ; (Pièce n°7)
  - La société allemande GALILEO LEBENSMITTEL GMBH & CO. KG; (Pièces n°8.1 et 8.2)
  - La société ANGOLO FOOD AG, présenté comme une filiale du titulaire; (Pièces n°9.1 et 9.2 ; 4.1 et 4.2)
  - La société Achimer Stadtbäckerei GmbH & Co. (Pièce n°10).

Les distributeurs étant susceptibles d'opérer sur des marchés territorialement différents et sur des périodes distinctes, il y a lieu de considérer que les pièces propres à un distributeur ne sont pas de nature corroborer celles relatives à un autre distributeur dès lors qu'aucun lien n'est établi entre eux.

32. Ainsi, il ressort des pièces listées ci-dessus et notamment des captures d'écrans du site web du titulaire (pièces 1.2, 2.2 et 3.2) et de sa filiale ANGOLO FOOD AG (pièces 9.2) via « Wayback Machine » et dans une moindre mesure, des photographies des emballages de produits sur lesquels figurent les dates limites de consommation (pièces 4.1 et 4.2) que l'usage revendiqué par le titulaire sur son site internet et sa filiale se situe pendant la période de référence.
33. Il en va de même des captures d'écrans de sites web des sociétés GALILEO LEBENSMITTEL GMBH & CO. KG (pièces 8.2) via « Wayback Machine » ainsi que des bons de commande et des factures émis à l'attention de la société Edna Surgelés (pièce n°6.1 et 6.2). Enfin, il y a lieu de relever que l'attestation produite par la société Achimer Stadtbäckerei GmbH porte sur la période de référence (Pièce n°10).
34. En revanche, la pièce n°7, qui consiste en une capture d'écran d'un document présenté comme la « *description en français du produit Piadina destiné à la commercialisation de ce produit par Migros* », n'est assortie d'aucune date. Le titulaire soutient que cette pièce est destinée à démontrer qu'il « *commercialise également depuis de nombreuses années ses produits de marque Piadina® par l'intermédiaire de la société Migros en France et de la société Bofrost* ». Il produit, à cet égard, une attestation à son nom au terme de laquelle les sociétés Migro France « *ont négocié directement avec [le titulaire] l'utilisation de la marque Piadina pour l'Allemagne et la France* » sans que ne soit mentionnée aucune date (pièce n°12).

Ainsi, en l'absence de date et d'élément venant corroborer ces affirmations, la pièce n°7 s'avère insuffisante pour situer dans le temps les relations d'affaires avec la société Migros France de sorte qu'il ne peut être retenu que celles-ci se situent dans la période pertinente.

35. **Par conséquent, les éléments de preuve présentés par le titulaire de la marque contestée contiennent suffisamment d'indications concernant la période pertinente.**

#### Lieu de l'usage

36. Les preuves doivent démontrer que la marque contestée a fait l'objet d'un usage sérieux en France.
37. En l'espèce, il ressort des pièces produites que :
- Les bons de commande et les factures émis par le titulaire lui-même à l'attention de la société Edna Surgelés sont destinées à des clients en France (Pièces n°6.1 et 6.2) ;
  - Les extraits du site web de la filiale du titulaire, la société Angolo food, font état d'une commercialisation en France (Pièces n°9.1 et 9.2).
  - L'attestation produite par la société Achimer Stadtbäckerei GmbH (Pièce n°10) porte sur le territoire français ;
  - Et que le site du titulaire (pièces 1.1 à 3.2) est notamment rédigé en langue française et fait état d'une commercialisation dans plusieurs états dont la France. A cet égard, S'il est vrai que ces pièces issues du site du titulaire, comportent une extension en « .be » il n'en demeure pas moins qu'il y est clairement fait état, pendant la période pertinente, d'une commercialisation en France des produits par le titulaire. En outre, cette commercialisation est notamment confortée par les factures émises par le titulaire lui-même à l'attention de la société française EDNA Surgelés Sarl, en France (Pièce n°6.1 et 6.2).

38. Enfin, dans une moindre mesure, il est à noter que, bien que non datée, la pièce n°7 comporte néanmoins la mention suivantes « *pays de vente : France, Suisse* ».
39. En revanche, si les pièces 8.1 et 8.2 sont rédigées en langue française, force est néanmoins de constater qu'elles sont issues d'un site comportant une extension en « .de » comme le relève le demandeur et qu'aucun élément ne vient corroborer la commercialisation de la marque contestée par la société GALILEO LEBENSMITTEL GMBH & CO. KG en France. Ainsi, les pièces n°8.1 et 8.2 s'avèrent à elles seules insuffisantes pour justifier de la distribution des produits de la marque contestée sur le territoire français par cette société autrement que par des présomptions.
40. **Par conséquent, les éléments de preuve produits permettent d'établir un usage du signe contesté en France, pendant la période pertinente.**

### **Nature et Importance de l'usage**

41. Les preuves doivent démontrer que la marque contestée est utilisée en tant que marque, c'est-à-dire pour identifier l'origine des produits et services et permettre au public pertinent de faire la distinction entre les produits et services de sources différentes. Il est également nécessaire de prouver que la marque est utilisée telle qu'elle a été enregistrée, ou sous une forme modifiée qui n'altère pas le caractère distinctif de la marque contestée.
42. De plus, la condition relative à l'usage sérieux de la marque exige que celle-ci, telle que protégée sur le territoire pertinent, soit utilisée publiquement et vers l'extérieur (CJUE, 11 mars 2003, ANSUL, C-40/01, point 37).
43. En ce qui concerne l'importance de l'usage, tous les faits et circonstances pertinents doivent être pris en considération, incluant la nature des produits et services pertinents et les caractéristiques du marché concerné, l'étendue territoriale de l'usage, son volume commercial, sa durée et sa fréquence.

#### **i. Nature de l'usage**

##### **❖ Sur l'usage à titre de marque**

44. Le demandeur soutient que le signe PIADINA est « *utilisé uniquement à des fins descriptives* » par le titulaire lui-même.
45. Il y a lieu de rappeler que, la marque contestée étant enregistrée, elle doit donc être présumée valide et apte à distinguer les produits du titulaire de la marque en cause de ceux d'autres entreprises. Ainsi, le caractère distinctif intrinsèque de celle-ci ne saurait être remis en cause dans le cadre de la présente procédure en déchéance.
46. Toutefois, dans le cadre d'une telle procédure, cette constatation n'a pas d'incidence sur la question de savoir si, en l'espèce, le titulaire a effectivement apporté la preuve du fait que la marque contestée avait été utilisée conformément à sa fonction essentielle, qui consiste à garantir au consommateur ou à l'utilisateur final l'identité d'origine du produit ou du service désigné par la marque, en lui permettant de distinguer sans confusion possible ce produit ou ce service de ceux qui ont une autre provenance [voir, en ce sens, arrêt du 27 septembre 2018, M J Quinlan & Associates/EUIPO – Intersnack Group (Forme d'un kangourou), T-219/17].

47. En l'espèce, il y a lieu de relever à ce stade que la pièce n°5 ne fait aucune mention du signe PIADINA, à quelque titre que ce soit, de sorte qu'il ne saurait en être tiré de conséquence sur l'usage sérieux de ce signe à titre de marque.

48. Par ailleurs, si la pièce 7 n'est pas datée, et que les pièces 8.1 et 8.2 ne permettent pas à elles-seules de justifier d'un usage en France, force est en tout état de cause de constater que ces pièces ne permettent pas d'avantage d'établir un usage du terme PIADINA à titre de marque.

En effet, il convient de relever, comme le retient à juste titre le demandeur, qu'au sein des pièces n°8.1 et 8.2, les PIADINA sont proposées au même titre que des « minipizza », « Pizza Bagles » ou encore des « Bruschetta » et qu'il est indiqué en descriptif « *Piadina Prosciutto : cuisine traditionnelle de la région d'Emili-Romagne : Notre innovation en matière de snacks est issue de la cuisine traditionnelle de la région d'Emilie-Romagne. Nous proposons une variante de cette gourmandise. [...]* ».

De même, la pièce n°7 comporte l'indication suivante « *piadina avec huile d'olive vierge extra – Migros -600g e* » ainsi que les précisions suivantes « *Nom générique : Piadina - pain de blé clair, précuit [...]* Marques : Migros ».

49. Ainsi, force est de constater que l'usage du terme PIADINA au sein de ces pièces n'est pas destiné à garantir au consommateur l'identité d'origine du produit mais vise bien à décrire la nature même du produit.

50. Par conséquent, l'usage fait du signe PIADINA, au sein des pièces 5 ; 7 ; 8.1 et 8.2, ne saurait être considéré comme constituant un usage à titre de marque de sorte qu'elles ne sont pas de nature à justifier d'un usage sérieux de la marque contestée.

51. En revanche, le signe PIADINA apparaît sur les photographies des produits assortis du signe ®, signifiant « *Registered Trademark* » (pièces 4.1 et 4.2) dans l'objet des factures et bons de commande émis par le titulaire (pièces 6.1 et 6.2) ainsi que sur le site du titulaire (sous l'onglet « nos marques ») et de sa filiale Angolo food (pièces n°1.1 à 2.3 et 9.1 et 9.2) pour désigner des pains plats. En outre, le signe PIADINA est désigné comme faisant l'objet d'une licence à titre de marque au sein des pièces 9.1 ; 9.2 et 10.

52. Au sein de ces pièces, force est ainsi de constater que l'usage du signe PIADINA est destiné à distinguer les produits commercialisés par le titulaire, ou avec son consentement, et à les distinguer de ceux ayant une autre provenance.

53. **Par conséquent, il y a lieu de considérer que le signe PIADINA :**

- **Ne fait pas l'objet d'un usage à titre de marque au sein des pièces des pièces 5 ; 7 ; 8.1 et 8.2 ;**
- **Est bien utilisé à titre de marque par son titulaire, ou avec son consentement, au sein des autres pièces.**

❖ Sur l'usage sous une forme modifiée

54. La marque contestée telle qu'enregistrée porte sur le signe verbal PIADINA.

55. En l'espèce, marque contestée est majoritairement utilisée sous forme verbale ou sous la

forme suivante 

56. Toutefois, l'usage de cette calligraphie n'est pas de nature à altérer le caractère distinctif de la marque contestée, ce qui n'est pas contesté par le demandeur.
57. **Ainsi, l'usage du signe PIADINA n'est pas de nature à altérer le caractère distinctif de la marque telle qu'elle est enregistrée.**

*ii. Importance de l'usage*

58. La question de savoir si un usage est quantitativement suffisant pour maintenir ou créer des parts de marché pour les produits ou les services protégés par la marque dépend de plusieurs facteurs et d'une appréciation au cas par cas. Les caractéristiques de ces produits ou de ces services, la fréquence ou la régularité de l'usage de la marque, le fait que la marque est utilisée pour commercialiser l'ensemble des produits ou des services identiques de l'entreprise titulaire ou simplement certains d'entre eux, ou encore les preuves relatives à l'usage de la marque que le titulaire est à même de fournir, sont au nombre des facteurs qui peuvent être pris en considération (CJUE, Ordonnance du 27 janvier 2004, La mer technology, C-259 /02).
59. Il n'est pas nécessaire que l'usage de la marque soit toujours quantitativement important pour être qualifié de sérieux (CJUE, 11 mars 2003, ANSUL, C-40/01, point 39 ; Cass. Com. 24/05/2016, n° 14-17.533).
60. Le demandeur soutient que « *les produits alimentaires sont évidemment des produits de consommation courante* » et que « *si l'on s'arrête sur les factures, ces derniers ont vendu 784,8 kilos de piadina pour un total de 4.775,65 euros, soit moins de 1000 euros par an en moyenne* ». Il en conclut qu'au regard du marché considéré « *les chiffres avancés ne sont pas suffisants pour être qualifiés de sérieux* ».
61. En l'espèce, si le titulaire invoque la commercialisation du produit PIADINA par plusieurs distributeurs, il y a lieu de rappeler qu'aucun usage à titre de marque n'est démontré par l'intermédiaire des sociétés MIGROS et GALILEO LEBENSMITTEL GMBH & CO. KG (cf. supra points 48 à 50) outre l'insuffisance des pièces pour démontrer un usage pendant la période de référence pour la première société (cf. supra point 34) et sur le territoire français pour la seconde (cf. supra point 39).
62. Par ailleurs, si l'attestation produite en pièce n°12 au nom du représentant du titulaire de la marque contestée fait état de ce que:
- la société Edna Surgelés a mentionné les produits PIADINA dans son catalogue tiré à 50.000 exemplaires, lesquels auraient été « *mis à disposition des clients dans tous les magasins de la société METRO CASH & CARRY France* » et que « *Edna est référencé chez METRO* » ;
  - « *les propriétaires de la chaîne LA PIADINA en France [...] ont été contacté par écrit par [le titulaire]* » et que ces négociations auraient abouti à un accord ;
  - La société AUTOGRILL S.P.A et sa filiale en France « *savent depuis des années que la marque Piadina appartient [au titulaire]* » ;
  - Après des négociations, le titulaire a « *autorisé Copper Branch [...] à vendre des produits fourrés à marque Piadina* » laquelle aurait commandé à la société Edna surgelé France [...];
- Force est de constater que ces affirmations ne sont pas corroborées par la moindre pièce, de sorte qu'il ne saurait en être tenu compte dans l'appréciation de l'usage sérieux.
63. En outre, il y a lieu de relever que si le site de la société ANGOLO FOOD AG, présenté comme une filiale du titulaire, fait état d'une commercialisation en France, il n'est pas démontré que cette commercialisation soit distincte de celle réalisée par le titulaire lui-même via la société Edna Surgelés.

64. Ainsi, ne peuvent servir de base à l'analyse de l'importance de l'usage que :
- Les factures émises à l'attention la société Edna Surgelés sarl pour un montant total de 4.775,65 euros ;
  - Le décompte des ventes de produits de marque PIADINA par Achimer Stadtbäckerei GmbH & Co. KG à la société ImmoRe Deutschland Nord GmbH faisant état de de 206.917 quantité vendues, dans 29 points de vente pour un chiffre d'affaires de 81.856 euros.
65. Comme le soutient le demandeur, les chiffres invoqués pour justifier de l'usage sérieux doivent être mis en perspective avec la nature des produits et la structure du marché pertinent. En l'espèce, les produits consistent en des produits de consommation courante destinés à être commercialisés dans des magasins de vente au détail de produits alimentaires.
66. Les pièces produites témoignent de la commercialisation de la marque contestée via la société Achimer Stadtbäckerei GmbH & Co. KG et la société Edna Surgelés sarl en France. Les pièces relatives à cette commercialisation (pièces 6.1 ; 6.2 et 10) témoignent d'un usage sur les années 2018, 2019 et 2020. Par ailleurs, les factures font état de lieux de livraison répartis dans plusieurs villes du territoire Français à savoir PARIS, BOULOGNE BILLANCOURT, BREST, LE HAVRE et NICE. Enfin, si les chiffres exposés apparaissent modestes pour des produits de consommation courante, ils ne sauraient pour autant être qualifiés de symboliques.
67. Ainsi, au regard des éléments précités, établissant un usage sur plusieurs années consécutives et sur tout le territoire, il y a lieu de considérer que le titulaire s'est efforcé de maintenir ou de créer des parts de marché au profit des produits en cause.
68. **Par conséquent, les pièces transmises fournissent des indications suffisantes concernant le volume commercial, la portée territoriale, la durée, la fréquence et la nature de l'usage effectif qui a été fait de la marque contestée au cours de la période pertinente.**

#### **Usage pour les produits et services enregistrés**

69. La preuve de l'usage sérieux doit porter sur chacun des produits et services visés par la demande en déchéance et pour lesquels la marque contestée est enregistrée, la similarité entre les produits et services ayant fait l'objet d'une exploitation et ceux visés par l'enregistrement étant inopérante au regard d'une demande en déchéance.
70. En l'espèce, la marque contestée a été enregistrée pour des « *Produits à base de céréales, en particulier galettes de pâte avec ou sans garniture* ».
71. A cet égard, les produits sont décrits comme des « pain plat » (Pièce n°2.1) et présentés comme suit :



72. Il convient de relever que l'emploi dans le libellé des termes « *en particulier* » suppose que l'usage ne soit pas exclusivement destiné à désigner des « *galettes de pâte avec ou sans garniture* » mais porte sur d'autres produits à base de céréales. Or, force est de constater que l'usage est uniquement démontré pour des « *galettes de pâte avec ou sans garniture* ».
73. Par conséquent, l'usage sérieux a été démontré pour des « *Produits à base de céréales, à savoir galettes de pâte avec ou sans garniture* ».
74. En revanche, aucun usage n'a été démontré pour désigner des « *Produits à base de céréales, autre que galettes de pâte avec ou sans garniture* ».
75. **Par conséquent, l'usage sérieux de la marque contestée n'a pas été démontré, pour les produits suivants de la marque contestée : « Produits à base de céréales, autre que galettes de pâte avec ou sans garniture ».**

### Conclusion

76. Il ressort de ce qui précède que le titulaire de la marque contestée n'a pas démontré l'usage sérieux de la marque contestée pour les produits visés au point 75, en sorte qu'il doit être partiellement déchu de ses droits sur la marque contestée pour ces derniers.
77. L'article L.716-3 du code de la propriété intellectuelle dispose que : « *La déchéance prend effet à la date de la demande ou, sur requête d'une partie, à la date à laquelle est survenu un motif de déchéance* ».
78. Le demandeur a présenté une requête, au sens du dernier alinéa de l'article L.716-3 du code de la propriété intellectuelle, et a demandé que « *la déchéance des droits de la société Renzi soit prononcée à compter de la date d'enregistrement de la marque contestée* ».
79. A la lumière de l'article L.714-5 du même code, la date à laquelle est survenu un motif de déchéance doit s'entendre comme celle faisant suite à une période de non-usage ininterrompue de cinq ans au plus tôt après la date d'enregistrement de la marque contestée.
80. En l'espèce, en l'absence de la preuve d'un usage sérieux pour certains des produits visés à l'enregistrement, le motif de déchéance est survenu le 27 novembre 2005 (La partie française de l'enregistrement international contesté étant réputé enregistré le 27 novembre 2000 – cf. supra point 27).
81. Ainsi, il ne peut être donné droit à la requête visant à faire rétroagir les effets de la déchéance à la date d'enregistrement dès lors que le motif de déchéance n'était pas survenu à cette date.

82. Par conséquent, la déchéance doit être prononcée à la date de la demande en déchéance soit le 8 février 2023.
83. **Par conséquent, le titulaire de la marque contestée est déchu de ses droits à compter du 8 février 2023, pour les produits visés au point 75.**

## **2. Sur la déchéance au motif que la marque est devenue la désignation usuelle du produit ou service**

84. L'article L.714-6 du code de la propriété intellectuelle dispose qu'« *Encourt la déchéance de ses droits le titulaire d'une marque devenue de son fait :*  
a)° *La désignation usuelle dans le commerce du produit ou du service ; [...]* ».
85. En vertu du dernier alinéa de l'article L.716-3 du code précité, « *La déchéance prend effet à la date de la demande ou, sur requête d'une partie, à la date à laquelle est survenu le motif de déchéance* ».
86. Il incombe au demandeur qui introduit la demande en déchéance de prouver que la marque contestée est devenue la désignation usuelle dans le commerce des produits ou services dont la déchéance est demandée par le fait de l'activité ou de l'inactivité du titulaire, ces deux conditions étant cumulatives (CA Bordeaux, 24 septembre 2019, RG 17 /05270).

### **Sur la désignation devenue usuelle dans le commerce**

87. Les éléments de preuve fournis par le demandeur aux fins de démontrer que la marque contestée « PIADINA » est devenue la désignation usuelle dans le commerce des produits désignés dans son enregistrement sont notamment les suivants :
- **Annexe n°3** : Avis de refus provisoire total émis par L'institut Fédéral de la Propriété Intellectuelle à l'encontre de la portion suisse de la marque internationale PIADINA no. 736344 du 26 juillet 2021 comportant notamment l'indication suivante « *La désignation italienne "PIADINA" (= focaccia = fouace) constitue, à notre avis, une indication descriptive par rapport au genre, à la nature et à la destination des produits en cause. Un tel signe fait partie du domaine public et ne peut dès lors être admis à la protection en Suisse* » ;
  - **Annexe n°4** : Article intitulé « Italie. La piadina des poètes » de D P, publié dans Courrier International du 1<sup>er</sup> octobre 2003 comportant l'indication suivante « *Un kilo de farine, pas trop tamisée et donc pas très fine, une pincée de bicarbonate de soude, une livre de saindoux et du sel. On ajoute de l'eau afin d'obtenir une pâte qui doit être plutôt consistante. Ensuite, on l'étale au rouleau sur la table pour en faire un beau rond que l'on place sur une plaque en terre cuite ou en grès posée sur un trépied, sur un beau feu de sarments et de feuilles sèches, car la cuisson doit être rapide... Un peu dorée et encore chaude, la piadina est délicieuse accompagnée de fromage frais et crémeux* » ;
  - **Annexe n°5** : Avis de refus provisoire total émis par l'Office Japonais des Brevets à l'encontre de la portion suisse de la marque internationale PIADINA no. 736344 du 2 mai 2002, dont le demandeur propose la traduction suivante « *Puisque "PIADINA" est utilisé de façon usuelle pour désigner un type de produit dans le domaine des « pains provenant d'Italie », alors, tel qu'utilisé pour de tels produits, il se contente d'en indiquer la qualité ou les matières premières* » ;
  - **Annexe n°6** : Livre « 100% Pain », d'E K, J R et F G d'octobre 2003 « prix du livre 2003 Gourmand » comportant une recette de la Piadina Italienne ;

- **Annexe n°7** : Livre « La Piadina Romagnola, Ricette, Storia, Curiosità » non daté en langue italienne ;
- **Annexe n°8** : Extrait du forum du site « supertoinette.com », question « piadine photo » comportant des commentaires de 2004 à 2008 ;
- **Annexe n°9** : Recette intitulée « piadine (Italie – emilia romagna) » publiée sur le site [www.marmiton.org](http://www.marmiton.org) comportant des commentaires de 2011 à 2018 ;
- **Annexe n°10** : Extrait du blog culinaire Papilles et Pupilles, intitulé « Piadines italiennes » du 29 novembre 2005 comportant l'indication « *Les piadines sont des petits pains italiens que l'on fourre avec tout un tas de bonnes choses façon sandwich. C'est super bon ! Cette très belle recette est extraite du livre d'E K 100% pain* » ;
- **Annexe n°11** : Définition de « Césène » dans l'encyclopédie en ligne Wikipedia dans sa version du 27 juin 2005 comportant l'indication « *Césène est connue pour la piadina (ex-pin des pauvres), sorte de pain plutôt plat et de forme circulaire. Il se vend dans toute l'agglomération, plus particulièrement dans les kiosques* »
- **Annexe n°12** : Extrait du blog « Gourmandizzez », disponible sur le site [www.tonnin.fr](http://www.tonnin.fr), recette intitulée « Piadina Italienne » du 21 février 2008 comportant le commentaire « *Pour changer un peu du pain classique (...), j'ai trouvé cette recette dans le livre « 100% Pain » que j'ai déjà mentionné dans un de mes articles* » ;
- **Annexe n°13** : Définition de la « piadina » dans l'encyclopédie en ligne Wikipedia, comportant la liste des modifications dont la version au 25 septembre 2010 indiquant « *« la « piadina » est une spécialité culinaire italienne composée d'un feuillet à base de farine de froment, de saindoux ou d'huile d'olive, de sel et d'eau, traditionnellement cuit sur un plat en terre cuite ou sur une plaque en métal ou en pierre* »
- **Annexe n°14** : Extrait du site So Many paris, intitulé « Notre recette italienne de piadina romagnola » ([www.somanyparis.com](http://www.somanyparis.com)) en date du 16 mai 2013 et comportant l'indication suivante « *les piadine je les ai découvertes pour la première fois il y a quelques années, chez Gusto (...), l'un de mes petits restaurants italiens préférés dans le Marais. Cette spécialité de la Romagne, qui est notre plat préféré chez Gusto, est composée d'une galette de farine de froment fourrée de bonnes choses (...)* »
- **Annexe n°15** : Capture d'écran du site [www.youtube.com](http://www.youtube.com), avec une vidéo intitulée « piadina : recette de base pour la pâte-première part »
- **Annexe n°16** : Publication au JOUE C 153/9 de la demande d'IGP IT-PGI-0005-01067 « Piadina Romagnola » / « Piada Romagnola »
- **Annexe n°17** : Règlement d'Exécution (UE) No 1174/2014 de la Commission enregistrant une dénomination dans le registre des appellations d'origine protégées et des indications géographiques protégées [Piadina Romagnola/Piada Romagnola (IGP)]
- **Annexe n°18** : Certificat d'enregistrement no. 1012 de l'appellation d'origine PIADINA ROMAGNOLA / PIADA ROMAGNOLA
- **Annexe n°19** : Site Internet « Papa Piadine », disponible à [www.papapiadine.fr](http://www.papapiadine.fr) comportant la mention « © 2017 » et l'indication « *Vous aviez dit piadine ? Originaire du Nord et préparée au temps des Romains, la piadine (piadina en italien) est un pain plat non levé, à la fois croustillant et moelleux. Toastée, puis garnie de fromages fermiers, de charcuteries ou encore de légumes, la piadine est ensuite roulée et se déguste chaude* » ;
- **Annexe n°20** : Extrait du site « Panier de Saison », recette intitulée « Piadina de pommes de terre primeurs » comportant la mention « 2018.07 » et l'indication « *Qu'est-ce qu'une piadina ? Pour cette recette, je me suis inspirée de la piadina qui est une sorte pizza cuite à blanc et farcie de ricotta, de jambon et de roquette (entre autres) et pliée en deux. Un sandwich tiède, en fait, qui ne passe pas au four une fois garni. La piadina est d'origine romagnole, de la région d'Emilie Romagne, ou plus spécifiquement du sud de cette région, la Romagne, qui se trouve à l'est des Appenins, le long de la mer Adriatique, autour des villes de Ravenne, de Rimini, au sud est de Bologne. La base de la piadina est* »

composée de farine, de graisse de Mora di Romagna, une antique race autochtone de porcs noirs, d'eau, de levure et de sel. Il y a un Consortium de la piadina de Romagne qui défend la recette originelle. On la cuit sur un moule en terre (la teggia) puis on la farcit de fromage, de jambon et de roquette ou de ce qui tombe sous la main... J'en mange une délicieuse à ma cantine italienne Oggi, rue d'Odessa (Paris 14) »

- **Annexe n°21** : Extrait du site Internet « Un Déjeuner au Soleil », recette intitulée « Piadina, pain plat italien (recette et vidéo) » en date du 16 janvier 2020 comportant notamment l'indication « *La piadina est le pain plat italien par excellence typique de l'Emilie-Romagne. Parfaite encore chaude et garnie de fromage frais et charcuterie, comme un sandwich... Je vous présente ici la recette classique moderne et même la vidéo ! [...]* » ;
- **Annexe n°22** : Extrait du site Internet « La Cuisine Italienne », recette intitulée « la piadina » en date du 1<sup>er</sup> octobre 2020 comportant l'indication « *La piadina est une recette typique de l'Emilie-Romagne. Il s'agit d'un plat simple, qui était et qui est encore utilisé comme du pain. Elle est servie coupée en morceaux accompagnant d'autres plats ou seule comme un vrai plat, si garnie de fromage frais, de charcuterie et de légumes* ».
- **Annexe n°23** : Extrait du site Internet « La Tavola di Gaël », recette intitulée « Piadina Maison » daté du 9 avril 2021 en comportant l'indication suivante « *Voici une recette que vous ferez encore, et encore, et encore... ! Le pain à piadina, fait maison : c'est simple, ça remplit votre cuisine d'un irrésistible parfum et... dieu que c'est bon ! Direction l'Emilie-Romagne, sans plus attendre !* »
- **Annexe n°24** : Extrait du site Internet « Cuisine AZ », recette intitulée « Piadina » daté de son extraction au 5 mai 2022 ;
- **Annexe n°25** : Extrait du site Internet de la société Bonneterre ([www.bonneterre.fr](http://www.bonneterre.fr)), recette intitulée « Piadina jambon aux herbes Bonneterre » daté de son extraction au 5 mai 2022 ;
- **Annexe n°26** : Extrait du site Internet [www.chefsimon.com](http://www.chefsimon.com), article intitulé « Découvrez les recettes de piadina comme en Italie » daté de son extraction au 5 mai 2022 ;
- **Annexe n°27** : Extrait du site Internet « [www.femmeactuelle.fr](http://www.femmeactuelle.fr) », article intitulé « Piadina au jambon » daté de son extraction au 5 mai 2022 ;
- **Annexe n°28** : Extrait du site Internet « Je suis un cuisinier », recette intitulée « Recette de la piadina (pain plat italien). Sans four ni levure » daté de son extraction au 5 mai 2022 comportant l'indication « *Connaissez-vous la piadina ? C'est un pain plat typique de l'Italie du Nord. Plus précisément, de la région Emilie-Romagne. Peut-être que ce nom de région ne vous dit rien, mais si je vous dis fromage parmesan, vinaigre de Modène, sauce bolognaise, jambon de Parme... Je suis sûr que ces spécialités de cette même région vous parlent. N'est-ce pas ? Pour revenir à ce pain, il se peut que vous l'ayez déjà vu dans les étals des Snacks italiens. Il existe plusieurs types de piadina qui diffèrent fondamentalement sur la quantité de graisse dans la pâte et l'épaisseur. Celle dont je vous présente la recette dans cet article est la piadina romagnole qui a la particularité d'être un peu épaisse et qui est peut-être la plus classique.* ».
- **Annexe n°29** : Extrait du site Internet « [lavielaire.com](http://lavielaire.com) » recette intitulée « Piadina mozzarella, pignons de pin et pesto de tomates séchées » non daté ;
- **Annexe n°30** : Extrait du site Internet [www.lidle-recettes.fr](http://www.lidle-recettes.fr), recette intitulée « Piadina purée de tomates, coppa et gorgonzola », non daté ;
- **Annexe n°31** : Extrait du site Internet [www.bienmanger.com](http://www.bienmanger.com), recette intitulée « Piadina fraîche au blé complet – Spécialité culinaire italienne », datée de son extraction le 17 février 2022 ;
- **Annexe n°32** : Extrait du site Internet <https://forzapiadina.fr/fr/>, non daté
- **Annexe n°33** : Décision de l'INPI dans la procédure d'opposition 21-4110, RC Food v Accor en date du 16 juillet 2022 au terme de laquelle « *le terme PIADINA, de bien plus*

*petite taille et situé sur une ligne inférieure, et désignant une spécialité culinaire italienne et par conséquent descriptif des produits et services, apparait accessoire et dépourvu de caractère distinctif au regard des produits et services en cause de sorte qu'il ne retiendra pas l'attention du consommateur à titre de marque » ;*

- **Annexe n° 34** : Extrait du site Internet [larousse.fr](http://larousse.fr), section des dictionnaires bilingues, définition de « PIADINA » défini comme « *galette (originale de Romagne) à base de farine, d'eau, de sel et de saindoux, cuite sur une plaque très chaude. On peut s'en servir comme pain ou pour faire un sandwich* » ;
- **Annexe n° 35** : Extraits du site Internet [Carrefour.fr](http://Carrefour.fr) comportant un commentaire daté de 2021 et portant sur la vente de PIADINA sous la marque Carrefour ;
- **Annexe n° 36** : Définition de « PIADINA » dans le dictionnaire français-italien de Larousse, extrait du site [www.larousse.fr](http://www.larousse.fr)
- **Annexe n° 37** : Utilisation de « piadina » et « piadine » par des établissements parisiens proposant notamment à la vente des « piadinas »
- **Annexe n° 38** : Factures émises par des producteurs de « piadinas » à l'attention de clientèle française datées de 2015 et 2022 ;
- **Annexe n° 39** : Extrait du site Internet [www.angolofood.com](http://www.angolofood.com)
- **Annexe n° 40** : Extrait d'une recherche effectuée sur la base de données de marques de l'INPI sur les marques comprenant le terme PIADINA, en vigueur, en classe 30
- **Annexe n° 41** : Extrait d'une recherche effectuée sur la base de données de jurisprudence Darts IP, concernant les litiges ayant impliqué des marques comprenant le terme « piadina » ;
- **Annexe n° 42** : Extrait d'une recherche effectuée sur la base de données de jurisprudence Darts IP, concernant les litiges ayant impliqué les entités comprenant le nom « renzi ».

88. Par ailleurs, le demandeur relève que certaines pièces produites par le titulaire lui-même, dans le cadre de l'usage sérieux, traduisent également un usage devenu usuel, à savoir les pièces 4.1 ; 7 et 8.1 et 8.2 (cf. supra point 30).

### **Période pertinente**

89. En l'espèce, les preuves de dégénérescence doivent se référer à des faits compris entre la date d'enregistrement de la marque contestée, soit le 27 novembre 2000 (cf. supra point 27) et la date de la demande en déchéance, soit le 8 février 2023.
90. Le demandeur devait ainsi prouver que la marque contestée « PIADINA » est devenue la désignation usuelle dans le commerce des produits désignés dans l'enregistrement, à savoir de « *Produits à base de céréales, en particulier galettes de pâte avec ou sans garniture* » en classes 30, au cours de cette période.
91. La plupart des éléments listés au point 87 sont datés de cette période.
92. Seules les pièces 7, 29, 30 et 32, non datées, ne peuvent être prises en compte (En ce sens Cass. Com. 14 mai 2013, 12-18.907).
93. Il convient également de relever que le demandeur soutient que la déchéance doit être prononcée « *à compter du 01.01.2004, ou à défaut à une date ultérieure de son choix, antérieure en tout état de cause au 24.10.2014, date de l'enregistrement de l'IGP « piadina romagnola* » aux fins de faire rétroagir la date d'effet. Il en résulte que, pour faire droit à cette requête, le motif de déchéance doit être démontré au plus tard au 24 octobre 2014.

94. A cet égard, il sera simplement relevé, à ce stade, que seules les pièces numérotées de 3 à 6 et de 8 à 14 comportent une date, à tout le moins antérieure au 24 octobre 2014.
95. **Par conséquent, les éléments de preuves présentés par le demandeur contiennent suffisamment d'indications concernant la période pertinente.**

#### **Lieu**

96. Les preuves doivent démontrer que la marque contestée est devenue usuelle dans le commerce des produits désignés, en France.
97. A cet égard, il y a lieu de relever que les pièces 3 et 5 portent sur des refus émis par les offices japonais et suisse, de sorte que, même s'ils constatent que ce terme est utilisé de façon usuelle pour désigner des « pains provenant d'Italie », force est de constater qu'ils ne visent pas l'usage de ce terme sur le territoire français.
98. De même, la pièce n°7 consistant en un ouvrage rédigé en langue italienne, n'est accompagné d'aucun document permettant de justifier de sa diffusion en France, malgré l'indication selon laquelle les recettes sont traduites en 9 langues dont le français. Enfin, il en va de même de la pièce n°15 dont les termes, à l'exception du titre, sont en langue italienne.
99. En revanche, contrairement à ce que soutient le titulaire, la pièce n°34 consistant en une traduction d'un dictionnaire bilingue italien/français, est bien destinée au public français et doit, à ce titre être prise en compte.
100. En outre, l'ensemble des autres pièces listées au point 87 sont en français et s'adressent au public français. En effet, la plupart des extraits de site internet ont une extension de point de domaine en .fr et sont tous rédigés en français, les articles sont issus d'ouvrages et de blogs rédigés en langue française, les recettes sont, pour certaines, diffusées sur des sites de portée nationale en France tels que [www.femmeactuelle.fr](http://www.femmeactuelle.fr) ou Courrier International ou de sites spécialisés destinés au public français. Enfin le demandeur démontre une commercialisation de produits sous le nom « Piadina » auprès de l'enseigne française Carrefour.
101. **Par conséquent, les éléments de preuve produits permettent d'établir un usage du signe contesté en France pendant la période pertinente.**

#### **Public pertinent**

102. La marque contestée doit être devenue la désignation usuelle des produits ou services qu'elle couvre non pas pour quelques personnes, mais pour la majorité du public concerné, à savoir les consommateurs ou les utilisateurs finaux, mais aussi, en fonction des caractéristiques du marché concerné, l'ensemble des professionnels qui interviennent dans la commercialisation des produits ou services concernés (CJUE, 29 avril 2004, Bostongurka. C- 371/02, Points 23 à 26 ; CA Lyon, 8 décembre 2011, RG 10/ 03176 ; TUE 18 novembre 2018, T 718/16 Points 53 et 54).
103. En l'espèce, la marque est enregistrée pour les produits suivants les « *Produits à base de céréales, en particulier galettes de pâte avec ou sans garniture* », lesquels sont notamment destinés au grand public, s'agissant d'un produit alimentaire de consommation courante, mais également aux professionnels tel que les boulangers, les restaurateurs ou les industriels.

104. **Le public pertinent à prendre en compte est donc composé à la fois de particuliers et de professionnels qui fabriquent, vendent ou revendent lesdits produits.**

***Utilisation usuelle du signe en référence aux produits concernés***

105. Les preuves doivent démontrer que l'expression constituant la marque contestée est utilisée dans le commerce pour faire référence aux produits ou services pour lesquels celle-ci est enregistrée, de sorte que ladite marque a perdu sa capacité à différencier les produits ou services en cause de ceux d'une autre entreprise. Il convient de déterminer si la marque contestée est toujours apte à différencier les produits ou services en cause de ceux d'autres entreprises.
106. Le demandeur fait valoir que le signe contesté « PIADINA » est employé de façon générique et désigne dans le langage usuel *« une galette élaborée normalement à base de farine de froment, de saindoux, de sel et d'eau, traditionnellement cuite sur un plat en terre cuite ou sur une plaque en métal ou en pierre, et susceptible d'être consommée sous forme de sandwich garni de divers ingrédients tels que du fromage frais, de la tomate, du jambon »*.

Il ajoute que :

- En France, ce produit est désigné sous le nom de « piadina » ou de « piadine », ces deux termes étant équivalents pour le public français ;
  - Les consommateurs *« relèvent qu'il s'agit d'une recette typique de l'Italie, et plus précisément originaire de la région Emilia-Romagna »* et que *« le document unique de l'IGP Piadina Romagnola publié par la Commission européenne indique qu'il est fait mention dans la littérature italienne du vocable « piadina » depuis plus d'un siècle »* ;
  - Les consommateurs français professionnels ou grand public, l'utilisent *« de façon générique, depuis de nombreuses années »* ; il précise que *« l'ouvrage « 100% Pain », d'E K (et autres), publié en 2003, peut constituer un point de départ significatif en France, puisque la piadina y est décrite comme le nom d'un pain d'origine italienne, dont la recette est fournie. L'usage générique de piadina s'intensifie ensuite au fil des ans, sans jamais qu'il ne soit assimilé à une marque, et encore moins à une marque appartenant [au titulaire] »* ;
  - Enfin, il précise qu' *« enregistrée le 24 octobre 2014 à titre d'IGP au sein de l'expression « piadina romagnola », au sein de laquelle elle décrit la nature du produit, son origine étant elle caractérisée par le terme « romagnola » »*.
107. En réponse à ces arguments, le titulaire de la marque contestée, invite l'institut à relativiser les pièces produites en ce qu'elles consistent notamment en des extraits de Wikipédia, qui compte tenu de leur volatilité, peuvent être modifiés à tout moment, et en des *« blogs, forums ou sites Internet de particuliers dont rien ne permet d'affirmer qu'ils ont une audience significative »*.
- Il soutient également qu'il ressort des pièces adverses que *« le terme PIADINA dont la partie adverse tente de démontrer la banalisation est utilisé également sous d'autres formes telles que « piadine » (pièce adverse n° 8, n° 9, n°10, « piada » (pièce adverse n° 4, n° 13) ou encore « pida » (pièce adverse n° 13) »*.
108. Il ressort des pièces produites que le terme PIADINA est utilisé depuis de très nombreuses années en Italie pour désigner un pain typique de la région de Romagne et que l'utilisation du terme PIADINA sur le territoire français pour désigner ce type de produits alimentaires a débuté autour de l'année 2003, ce qui ressort de l'ouvrage *« 100% Pain », d'E K, J R et F G d'octobre 2003 « prix du livre 2003 Gourmand »* et de l'article publié à la revue *Courrier international* le 1<sup>er</sup> octobre 2003 sous le titre *« Italie. La piadina des poètes »* de D P (Pièces 4 et 6).
109. Par ailleurs, il ressort des pièces 4 ; 6 ; 8 à 14 ; 16 à 28 ; 31 et 33 à 42 que le terme PIADINA est systématiquement utilisé de façon à désigner non pas une marque mais un produit

alimentaire originaire d'Italie, et ce sous une forme générique, au singulier ou pluriel, précédé d'articles tels que « une », « la », « des », « ces », « nos ».

110. A cet égard, et comme le relève à juste titre le demandeur, cette utilisation est le fait tant du grand public, comme en témoigne les nombreux blogs et carnets de recettes, que des professionnels tel que les industriels (Bonnetterre – Pièce 25 ; Carrefour – pièce 35 ; facture émises en Pièce 38), les restaurateurs (Pièces 19 ; 20 ; 37) ou de boulangers (pièce n°6) étant précisé que la communication mise en place par les professionnels s'adresse à l'utilisateur final de ces produits.

Il en résulte que l'utilisation usuel du terme PIADINA pour désigner dans le commerce la nature des produits se généralise à l'ensemble des professionnels du secteur ainsi qu'au consommateur final.

111. En outre, l'absence de tout terme alternatif peut également indiquer que la marque est devenue la désignation usuelle dans le commerce d'un produit ou service spécifique.

En l'espèce, ne saurait prospérer l'argument du titulaire selon lequel « *le produit Piadina est bien vendu sous la désignation galettes de pain plat ou galettes de pain, qui est la désignation générique des produits vendus* ». En effet, le terme « PIADINA » ne correspond pas exactement à l'expression « *galettes de pain plat ou galettes de pain* » puisqu'il s'agit d'un type particulier de pain plat originaire d'Italie et qu'il n'existe donc pas de terme alternatif en français pour désigner ce produit.

Par ailleurs, les produits commercialisés par le titulaire le sont principalement sous la marque Angolo. Si le signe PIADINA est assorti du sigle ©, il est susceptible d'être perçu comme décrivant la nature du produit et est parfois associé à d'autres termes, tel que « Piadina Bio » ou « Piadina Rolls » venant préciser la nature du produit ou inclus dans des expressions telles que « *chauffer la Piadina pendant 30 secondes* » (Pièce 4.1 du titulaire).

112. Les seuls usages à titre de marque proviennent de la commercialisation par le titulaire de ses produits qui, si elle permet de justifier d'un usage sérieux, n'est nullement de nature à écarter un usage généralisé du signe PIADINA par d'autres opérateurs.
113. Enfin, s'il est vrai que les termes « piadine », « piada ou pida » sont également utilisés, le terme PIADINA demeure largement plus usité ; au demeurant les documents comportant ces termes, font systématiquement usage du terme Piadina en parallèle (pièces n°4, 8, 9, 10 et 13). En outre, cette circonstance ne démontre pas en quoi le terme PIADINA serait, a contrario, perçu comme une marque par le consommateur moyen.
114. **Par conséquent les arguments et les pièces du demandeur permettent de démontrer que le signe contesté est devenu la désignation usuelle des produits suivants : « Produits à base de céréales, en particulier galettes de pâte avec ou sans garniture ».**

#### **Sur le fait du titulaire**

115. La déchéance n'est prononcée que si la marque est devenue dans le commerce la désignation usuelle du produit ou du service **du fait de son titulaire** (article L. 714-6 du code de la propriété intellectuelle), le fait du titulaire pouvant consister en son activité ou inactivité. (CJUE 6 juin 2014 – C 409/12, point 32).
116. La Cour de justice a défini la notion d' « inactivité » comme toutes les situations dans lesquelles le titulaire d'une marque n'est pas suffisamment diligent pour protéger le caractère distinctif de sa marque (CJUE - 06/03/2014, C-409/12, Kornspitz, § 34).

117. Dans chaque cas concret, il faut déterminer quelles sont les mesures appropriées et raisonnables pour le titulaire de la marque, c'est-à-dire présenter une vigilance suffisante en ce qui concerne la défense de la marque contre les risques de contrefaçon et la perte de caractère distinctif.
118. On ne saurait s'attendre à ce que le titulaire d'une marque élimine tout usage inapproprié de celle-ci, mais il est tenu de prendre des mesures en cas d'utilisation générique de la marque par des tiers.
119. En l'espèce, le titulaire soutient que « *la marque PIADINA [...] est utilisée avec le logo ® sous la forme Piadina®, ce qui traduit sans conteste, la volonté de la défenderesse d'identifier sa marque comme un signe distinctif et la volonté de distinguer sa marque de ceux des autres entreprises* ».
120. A cet égard, s'il est vrai que l'usage du symbole ® peut contribuer à indiquer que le signe est utilisé à titre de marque (en ce sens CA Paris, 12/06/2015, RG 14 :11690) force est de constater que ce seul élément apparaît insuffisant en soi et ne saurait être considéré comme déterminant (TUE, 7 février 2024, T-220/23, CITY STADE, points 52 et 53) , dès lors que, comme le relève à juste titre le demandeur, **aucune action n'a été menée par le titulaire de la marque contestée** pour s'opposer à l'usage générique du terme PIADINA.
121. A cet égard, s'agissant de l'usage du terme PIADINA par l'enseigne Carrefour, le titulaire se contente d'évoquer des négociations, au sein de la pièce n°12 et lors de ses observations orales, sans apporter d'élément de preuve à cet égard.
122. De même, aucune action n'a été démontrée à l'encontre de marques comportant le terme PIADINA, par le titulaire de la marque contestée (pièces n°40 à 42 du demandeur), ce qu'il ne conteste pas.
123. Enfin, au regard des éléments produits, il apparaît que des dictionnaires ou des encyclopédies en ligne, des livres ou des blogs de cuisine utilisent le signe PIADINA, sans que cela n'ait suscité de réaction de la part du titulaire de la marque contestée.
124. Ainsi, force est de constater que le titulaire de la marque contestée n'a pas présenté une vigilance suffisante en ce qui concerne la défense de sa marque, son inaction permettant ainsi à d'autres tiers d'utiliser le signe PIADINA de façon générique ; en sorte que ce signe est, de son fait, devenu dans le commerce la désignation usuelle du produit sur le territoire français.
125. **Par conséquent, le demandeur ayant démontré que le signe PIADINA est devenu dans le commerce la désignation usuelle du produit sur le territoire français du fait de son titulaire, il sera fait droit à la demande en déchéance.**

#### **Sur la date d'effet**

126. L'article L.716-3 du code de la propriété intellectuelle dispose que : « *La déchéance prend effet à la date de la demande ou, sur requête d'une partie, à la date à laquelle est survenu un motif de déchéance* ».
127. Le demandeur a présenté une requête, au sens du dernier alinéa de l'article L.716-3 du code de la propriété intellectuelle, et a demandé que la déchéance soit prononcée « *à compter du 01.01.2004, ou à défaut à une date ultérieure de son choix, antérieure en tout état de cause au 24.10.2014, date de l'enregistrement de l'IGP « piadina romagnola* ».

Il en résulte que la requête du demandeur vise, dans l'ordre de priorité les dates suivantes :

- Le 1<sup>er</sup> janvier 2004 ;
- Une date ultérieure choisie par l'Institut ;
- Le 24 octobre 2014.

128. En premier lieu, il convient de relever que le demandeur ne produit aucun argument tendant à retenir le 1<sup>er</sup> janvier 2004 comme date d'effet de la déchéance. Par ailleurs, il n'appartient pas à l'Institut de se substituer au demandeur dans la détermination de la date d'effet. En effet, l'article L.716-3 précité précise que la date d'effet ne peut rétroagir qu'à la requête d'une partie de sorte qu'il appartient à celle-ci de démontrer la survenance du motif de déchéance et d'en fixer une date précise.

**Par conséquent, les requêtes visant à faire rétroagir la déchéance au 1<sup>er</sup> janvier 2004, ou à défaut à une date ultérieure au choix de l'institut, doivent être rejetées.**

129. En revanche, s'agissant de la date du 24 octobre 2014, il y a lieu de relever que le demandeur soutient que « l'ouvrage « 100% Pain », d'E K (et autres), publié en 2003, peut constituer un point de départ significatif en France, puisque la piadina y est décrite comme le nom d'un pain d'origine italienne, dont la recette est fournie. L'usage générique de piadina s'intensifie ensuite au fil des ans, sans jamais qu'il ne soit assimilé à une marque, et encore moins à une marque appartenant à la société Renzi ».

130. A cet égard, si l'ouvrage « 100% pain » paru en octobre 2003, ne saurait caractériser, en soi, la survenance du motif de déchéance, il convient de relever qu'il a contribué à populariser cette spécialité italienne dont plusieurs blogs reprennent la recette qui en est issue (pièces 10 et 12).

131. Parallèlement, l'article intitulé « Italie. La piadina des poètes » de D P, publié dans Courrier International du 1<sup>er</sup> octobre 2003 était, à la même époque, consacré à cette spécialité dans la presse nationale.

132. En outre, de nombreux sites et blogs ont par la suite consacré des articles et des recettes à cette spécialité (Pièce 8 à 14) qui était à la carte de plusieurs restaurant (14 et 37).

133. Enfin, il n'est nullement démontré par le titulaire que sur la période antérieure au 24 octobre 2014, le terme PIADINA ait été davantage perçu comme faisant l'objet d'un usage à titre de marque.

134. **Ainsi, au 24 octobre 2014 le motif de déchéance était survenu de sorte qu'il y a lieu de faire droit à la requête du demandeur à cet égard.**

### 3. Conclusion

135. Il ressort de ce qui précède que :

- Le titulaire de la marque contestée n'a pas démontré l'usage sérieux de la marque contestée pour les « Produits à base de céréales, autre que galettes de pâte avec ou sans garniture », de sorte qu'elle doit être partiellement déchue, pour ces produits, au 8 février 2023 (Point 83) ;
- Le demandeur a justifié de ce que la marque était devenue la désignation usuelle dans le commerce de l'ensemble des produits pour lesquelles elle est enregistrée de sorte qu'elle doit être totalement déchue au 24 octobre 2014 (Point 134).

136. **Le motif de déchéance tiré de ce que « la marque contestée est devenue la désignation usuelle dans le commerce des produits » portant sur l'ensemble des produits pour lesquels elle est enregistrée et ayant une date d'effet antérieure, il en résulte que la déchéance doit être prononcée pour l'ensemble des produits visés à l'enregistrement à la date précitée.**

### C. Sur la répartition des frais

137. L'article L.716-1-1 du code de la propriété intellectuelle dispose que : « *Sur demande de la partie gagnante, le directeur général de l'Institut national de la propriété industrielle met à la charge de la partie perdante tout ou partie des frais exposés par l'autre partie dans la limite d'un barème fixé par arrêté du ministre chargé de la propriété industrielle* ».
138. L'arrêté du 4 décembre 2020 prévoit en son article 2.II qu'« *Au sens de l'article L. 716-1-1, est considéré comme partie gagnante :*  
*a) Le titulaire de la marque contestée dans le cas où il est fait droit à l'irrecevabilité qu'il avait soulevée*  
*b) Le titulaire de la marque contestée dont l'enregistrement n'a pas été modifié par la décision de nullité ou de déchéance ;*  
*c) le demandeur quand il est fait droit à sa demande pour l'intégralité des produits ou services visés initialement dans sa demande en nullité ou déchéance* ».  
 Il précise en outre à l'article 2.III que « *Pour l'application de l'article L. 716-1-1, les montants maximaux des frais mis à la charge des parties sont déterminés conformément au barème en annexe* ».
139. En l'espèce, le demandeur et le titulaire de la marque contestée ont présenté des demandes de prise en charge des frais exposés par la partie adverse.
- Le demandeur doit être considéré comme partie gagnante, dès lors que la demande en déchéance est reconnue justifiée pour l'ensemble des produits visés.
140. Par ailleurs, la procédure d'instruction a donné lieu à des échanges entre les parties. Le demandeur, représenté par un mandataire, a exposé les frais nécessaires à la présentation de sa demande, ainsi que des frais liés aux observations en réplique à celles du titulaire de la marque contestée et liés à la présentation des observations orales. Le titulaire de la marque contestée, représenté par un mandataire, a présenté à deux reprises des observations en réponse à la demande en déchéance.
141. Au regard de ces considérations propres à la présente procédure, il convient de mettre la somme de 950 euros à la charge du titulaire de la marque contestée (partie perdante à la présente procédure), correspondant à une partie des frais exposés par le demandeur au titre de la phase écrite (450 euros) au titre de la phase orale (100 euros) et au titre des frais de représentation (400 euros).

### PAR CES MOTIFS

#### DECIDE

**Article 1 :** La demande en déchéance DC23-0028 est justifiée.

**Article 2 :** La société de droit suisse RENZI AG, est déclarée déchue de ses droits sur l'enregistrement international désignant la France n°736344 à compter du 24 octobre 2014 pour l'ensemble des produits désignés à l'enregistrement.

**Article 3 :** La somme de 950 euros est mise à la charge de la société RENZI AG. au titre des frais exposés.