



## DÉCISION DE L'AFNIC

**lebonpied.fr**

**Demande n°FR-2013-00431**

### **I. Informations générales**

#### **i. Sur les parties au litige**

Le Requérant : La société SCHIBSTED FRANCE

Le Titulaire du nom de domaine : M. Laurent J.

#### **ii. Sur le nom de domaine**

Nom de domaine objet du litige : lebonpied.fr

Date d'enregistrement du nom de domaine : 16 novembre 2012 soit postérieurement au 1<sup>er</sup> juillet 2011

Date d'anniversaire du nom de domaine : 28 janvier 2014

Bureau d'enregistrement : 1&1 Internet AG

### **II. Procédure**

Une demande déposée par le Requérant auprès de l'Afnic a été reçue le 2 août 2013 par le biais du service en ligne SYRELI.

Conformément au règlement SYRELI (ci-après le Règlement) l'Afnic a validé la complétude de cette demande en procédant aux vérifications suivantes :

- Le formulaire de demande est dûment rempli.
- Les frais de Procédure ont été réglés par le Requéant.
- Le nom de domaine est actif.
- Le nom de domaine a été créé ou renouvelé postérieurement au 1er juillet 2011.
- Le nom de domaine visé par la procédure ne fait l'objet d'aucune procédure judiciaire ou extrajudiciaire en cours.

L'Afnic a procédé au gel des opérations sur ce nom de domaine et a notifié l'ouverture de la procédure au Titulaire le 14 août 2013.

Le Titulaire a adressé une réponse à l'Afnic le 19 août 2013.

Le Collège SYRELI de l'Afnic qui est composé de trois membres dont le Directeur Général de l'Afnic et de deux membres titulaires (ci-après dénommé le Collège), s'est réuni pour rendre sa décision le 16 septembre 2013.

### III. Argumentation des parties

#### i. Le Requéant

Selon le Requéant, l'enregistrement ou le renouvellement du nom de domaine <lebonpied.fr> par le Titulaire, est « *susceptible de porter atteinte à des droits de propriété intellectuelle ou de la personnalité* », et que le Titulaire ne justifie pas d'un intérêt légitime et agit de mauvaise foi.

**(Art. L. 45-2 du code des postes et des communications électroniques)**

Dans sa demande, le Requéant a fourni les pièces suivantes :

- Extrait de la base Whois du nom de domaine <lebonpied.fr> enregistré le 16 novembre 2012 sous diffusion restreinte ;
- Extrait Kbis daté du 21 mai 2013 de la société Schibsted France immatriculée le 22 mai 2006 sous le numéro 490 072 063 au R.C.S. de Paris ;
- Notice complète de la marque française « le bon coin » enregistrée le 7 avril 2006 sous le numéro 3421864 pour les classes 9, 16, 35, 36, 38, 39, 40, 41 et 42 par la société SPIR COMMUNICATION S.A. et ayant fait l'objet d'une transmission totale de propriété à la société REGICOM le 10 juillet 2009 puis à la société EDITIONS AIXOISES MULTIMEDIA le 31 mars 2010 ; Cette dernière a fait l'objet d'un changement de dénomination sociale le 21 juin 2011 pour devenir SCM France puis SCHIBSTED France le 26 décembre 2012 ;
- Extrait de la base Whois du nom de domaine <leboncoin.fr> enregistré le 15 janvier 2007 par le Requéant ;
- Pages d'écran du site internet vers lequel renvoie le nom de domaine <leboncoin.fr> ;
- Lettre de TNS suite à l'étude réalisée entre décembre 2010 et octobre 2012 rédigée en langue anglaise ;
- Chiffres Internet du mois d'avril 2012 issus du site internet www.ojd-internet.com ;
- Le « Top 15 » des sites web certifiés en France par l'OJD daté du 19 décembre 2011 ;
- Dossier de presse du Requéant de septembre 2012 ;
- Présentation du Requéant par fascicule daté de novembre 2012 ;
- Communiqué de Presse Médiamétrie daté du 2 juillet 2013 relatif à « L'audience de l'internet en France en mai 2013 » ;
- Communiqué de Presse Médiamétrie daté du 5 mars 2013 relatif à « L'audience de l'internet en France en janvier 2013 » ;
- Communiqué de Presse Médiamétrie daté du 30 octobre 2012 relatif à « L'audience de l'internet en France en août 2012 » ;
- Communiqué de Presse Médiamétrie daté du 26 juin 2012 relatif à « L'audience de l'internet en France en mai 2012 » ;

- Captures d'écran des pages internet :
  - « Site de l'année 2012 » ;
  - « Site de l'année 2011 » ;
  - « Site de l'année 2010 » ;
  - « Site de l'année 2009 » du site internet [www.sitedelannee.fr](http://www.sitedelannee.fr) ;
- Communiqué de Presse Harris interactive sur le classement NetObserver des sites préférés des internautes françaises pour les sessions :
  - Automne 2011 ;
  - Printemps 2012 ;
  - Automne 2012 ;
  - Printemps 2013 ;
- Divers articles de presse relatifs au Requéant ;
- Copie des décisions rendues par l'Afnic :
  - numéro FR-2012-00049 <[decathlon.re](http://decathlon.re)> rendue le 23 avril 2012 ;
  - numéro FR-2012-00178 <[leboncoindesaffaires.fr](http://leboncoindesaffaires.fr)> rendue le 15 octobre 2012 ;
- Copies des décisions rendues par le Centre d'arbitrage et de médiation de l'O.M.P.I. :
  - n° D2011-0891 SCM France contre Private Whois Service. rendue le 18 juillet 2011 ;
  - n° D2011-0825 SCM France contre M. Olivier P. rendue le 5 juillet 2011 ;
- Résultats obtenus après une recherche de marque « le bon pied », « lebonpied », « lebonpied.fr » en vigueur en France effectuée dans la base INPI ;
- Résultats obtenus après une recherche de marque « le bon pied », « lebonpied », « lebonpied.fr » effectuée dans la base O.M.P.I. ;
- Résultats obtenus après une recherche de marque « le bon pied », « lebonpied », « lebonpied.fr » effectuée dans la base eSearch Plus disponible sur le site internet <http://esearch.oami.europa.eu/copla/advanced> ;
- Résultats obtenus après une recherche de société « LE BON PIED », « LEBONPIED », « LEBONPIED.FR » effectuée dans la base Infogreffe ;
- Capture d'écran d'une page « Vos campagnes publicitaires micro-ciblées ! » du site internet vers lequel renvoie le nom de domaine <[lebonpied.fr](http://lebonpied.fr)> ;
- Capture d'écran de la page « Infos légales » du site internet vers lequel renvoie le nom de domaine <[lebonpied.fr](http://lebonpied.fr)> ;
- Captures d'écran du site internet vers lequel renvoie le nom de domaine <[lebonpied.fr](http://lebonpied.fr)> ;
- Captures d'écran du site internet vers lequel renvoie le nom de domaine <[leboncoin.fr](http://leboncoin.fr)> .

Dans sa demande, le Requéant indique que :

***[Citation complète de l'argumentation]***

«Selon le Requéant, l'enregistrement du nom de domaine <[lebonpied.fr](http://lebonpied.fr)> par le Titulaire est « susceptible de porter atteinte à des droits de propriété intellectuelle » du Requéant et le Titulaire ne justifie pas d'un intérêt légitime et agit de mauvaise foi (article L. 45-2-2° du Code des postes et des communications électroniques, « CPE »).

Le Requéant requiert en conséquence la transmission à son profit du nom de domaine litigieux <[lebonpied.fr](http://lebonpied.fr)>.

Le nom de domaine litigieux est actif. Il a été créé le 16 novembre 2012 soit postérieurement au 1<sup>er</sup> juillet 2011 (**Pièce n°1**).

Le Requéant certifie par ailleurs qu'à sa connaissance il ne fait l'objet d'aucune procédure judiciaire ou extrajudiciaire en cours.

## **A. L'intérêt à agir du Requérant**

Le Requérant est la société SCHIBSTED FRANCE, anciennement SCM FRANCE (**Pièce n°2**).

Le Requérant agit en tant que titulaire des droits suivants :

- a) de la marque française « LE BON COIN » n°06 3 421 864 enregistrée le 7 avril 2006 auprès de l'Institut National de la Propriété Industrielle dans les classes 09, 16, 35, 36, 38, 39, 40, 41 et 42, pour couvrir notamment des services de publicité, de gestion des affaires commerciales, d'administration commerciale, de locations d'espaces publicitaires et de diffusion d'annonces publicitaires. Il ne fait à ce titre aucun doute que la marque « LE BON COIN » est distinctive pour les produits et services couverts par l'enregistrement, en particulier les services de diffusion d'annonces de produits d'occasion et de produits neufs (**Pièce n°3**) ;
- b) du nom commercial « LEBONCOIN.FR » depuis le 22 mai 2006, date de son immatriculation au Registre du commerce et des sociétés de Paris dans le cadre de son activité de prestations de services liées à Internet et au commerce électronique, création et exploitation de sites et portails Internet, dépôt et consultation de petites annonces de produits d'occasion et de produits neufs (**Pièce n°2**) ; et
- c) du nom de domaine <leboncoin.fr> déposé le 15 janvier 2007, dans le cadre de ses activités professionnelles et notamment de la fourniture de services de diffusion d'annonces en ligne de produits d'occasion et de produits neufs (**Pièce n°3**).

Ces **droits sont donc antérieurs au nom de domaine litigieux <lebonpied.fr>**.

Le Requérant fournit depuis 2006, sous la marque « LE BON COIN », un service de diffusion gratuite d'annonces sur Internet permettant, à des particuliers et des professionnels, de déposer et de diffuser des annonces proposant la vente et l'achat de produits d'occasion et de produits neufs dans plus de 40 catégories telles que « Ameublement », « Electroménager », « Décoration », « Vêtements », « Accessoires & Bagageries », « Montres & Bijoux », « Consoles et Jeux vidéo », « Images et Son », « Informatique », « Téléphonie », « Livres », « CD/Musique », « DVD/Film », « Jeux & Jouets », etc. Ce service est également disponible sur mobile (Pièce n°4).

Comme il sera démontré ci-après, le Requérant exploite de manière intensive et continue depuis plus de 7 ans la marque « LE BON COIN » sur le territoire français et cette marque est aujourd'hui notoire sur le territoire français (voir Pièces n°5 à 9).

Le site Internet <leboncoin.fr> édité par le Requérant depuis 2006, durée relativement longue dans le monde de l'Internet, est ainsi devenu, en 2010, le numéro 1 en France des sites de petites annonces gratuites en ligne, détrônant ainsi eBay, et bénéficie d'une très forte notoriété auprès du public français qui identifie très clairement la marque « LE BON COIN » comme désignant le service de diffusion d'annonces proposé par le Requérant sur Internet sous sa marque par le biais du site <leboncoin.fr> (voir Pièces n°5 à 9).

A cet égard, tant (1) les chiffres de la fréquentation du site Internet <leboncoin.fr> du Requérant depuis 2008, que (2) la présence du site dans le top 5 des sites préférés des Français depuis plus de 4 ans et (3) la couverture médiatique dont bénéficie le site <leboncoin.fr> sont éloquentes et établissent de manière certaine la très forte renommée dont jouissent la marque antérieure « LE BON COIN » et le nom de domaine antérieur <leboncoin.fr> auprès du public français. Cette notoriété a d'ailleurs été reconnue tant par l'AFNIC que par l'OMPI.

### **1. La fréquentation du site <leboncoin.fr> (Pièce n°5)**

- 82,4% de notoriété en France (Etude TNS réalisée entre décembre 2010 et octobre 2012) ;
- 33% de couverture de la population française des internautes ;
- « BON COIN » est en France la 2ème requête la plus populaire du classement Google/Zeitgeist, juste derrière Facebook (Google/Zeitgeist mise à jour en octobre 2012 - analyse en France sur les 12 derniers mois) ;

- « leboncoin.fr » est en France la 3ème requête la plus populaire du classement Google/Zeitgeist, juste derrière Facebook et « BON COIN » (Google/Zeitgeist mise à jour en octobre 2012 - analyse en France sur les 12 derniers mois) ;
- 46% des visiteurs du site du Requéant situés en France arrivent sur le site en ayant tapé « leboncoin.fr » dans la barre d'adresse d'un moteur de recherche (Source : % de visites Xiti, juillet 2012) ;
- 3 milliards de pages ont été vues en France selon Médiamétrie NetRatings (mai 2012) et 6,3 milliards selon l'OJD (avril 2012) ;
- la fréquentation du site <leboncoin.fr> a été multipliée par 4 entre juillet 2008 et juillet 2012 (Source : Milliers de visiteurs uniques Médiamétrie NetRatings) ;
- le site <leboncoin.fr> est devenu dès 2010 le numéro un en France des sites de petites annonces gratuites en ligne, devant le site <eBay> qui occupait cette place avant lui ;
- plus de 3 609 000 visites uniques par jour et 16 969 000 visiteurs uniques par mois en France en janvier 2013, ce qui signifie que le site a été visité au mois de janvier par plus d'un Français sur 4 (Médiamétrie/NetRatings, janvier 2013) ;
- plus de 3 644 000 visites uniques par jour et 17 845 000 visiteurs uniques par mois en France en mai 2013, ce qui signifie que le site a été visité au mois de mai par plus d'un Français sur 4 (Médiamétrie/NetRatings, mai 2013) ;
- plus de 21 000 000 d'annonces sont actives en ligne (source interne) ;
- 500 000 nouvelles annonces sont publiées chaque jour (source interne) ;
- 9ème site le plus visité en France en janvier 2013 (Médiamétrie/NetRatings, janvier 2013) ;
- 8ème site le plus visité en France en mai 2013 (Médiamétrie/NetRatings, mai 2013) ;
- 7ème site le plus support publicité en France en janvier 2013 (Médiamétrie/NetRatings, janvier 2013) ;
- 6ème site le plus support publicité en France en mai 2013 (Médiamétrie/NetRatings, mai 2013) ;
- 8ème site le plus visité en France en août 2012 (Médiamétrie/NetRatings août 2012) ;
- le temps de visite moyen sur le site a été d'1h53 par mois, soit le 2ème site en temps passé visité (hors applications) en août 2012 (Médiamétrie/NetRatings, août 2012).

## **2. Le classement du site <leboncoin.fr> (Pièce n°6)**

- Le site <leboncoin.fr> a été élu 3ème ex-aequo (avec L'Occitane, Yves Rocher) des concepts les plus attractifs en France, après Amazon et Picard (Proposition Index 2012 Survey, analyse OC&C) ;
- <leboncoin.fr> a été plébiscité par les internautes résidant en France qui l'ont élu (classement sitedelannée.fr) :
  - site de l'année en 2009 ;
  - « meilleur site » et « site le plus populaire des sites de e-commerce » 2010 ;
  - « site le plus apprécié des internautes français dans la catégorie 'shopping' » 2011 ;
  - « site le plus populaire des internautes français dans la catégorie 'shopping' » en 2012 ;
- Classement NetObserver :
  - En automne 2010, <leboncoin.fr> est élu 4ème site préféré des Français dans la catégorie :
    - « vente de produits culturels et multimédia », juste derrière les sites « amazon.fr », « fnac.com » et « cdiscount.com » ;
    - « vente de vêtements, chaussures et accessoires » derrière les sites « vente-privée.com », « laredoute.fr » et « 3suisses.fr » ;
  - En automne 2011, <leboncoin.fr> est élu :
    - 1er site préféré des Français dans la catégorie « auto/moto » ;

- 3ème site préféré des Français dans la catégorie « vente de vêtements, chaussures et accessoires » derrière les sites « vente-privée.com » et « laredoute.fr » ;
- 3ème site préféré des Français dans la catégorie « ventes de produits culturels » derrière les sites « amazon.com » et « fnac.com » ;
- 4ème site préféré des Français dans la catégorie « vente de produits multimédia » derrière les sites « cdiscount.com », « amazon.com » et « fnac.com » ;
- Au printemps 2012, <leboncoin.fr> est élu le site le plus populaire dans la catégorie « immobilier » ;
- En automne 2012, <leboncoin.fr> est élu :
  - 3ème site préféré des Français dans la catégorie « vente de vêtements, chaussures et accessoires » derrière les sites « vente-privée.com » et « laredoute.fr » ;
- Au printemps 2013, <leboncoin.fr> est élu :
  - toujours 3ème site préféré des Français dans la catégorie « ventes de produits culturels » derrière les sites « amazon.com » et « fnac.com ».

### **3. Couverture médiatique du site <leboncoin.fr> (Pièce n°7)**

Les nombreux articles de presse consacrés au site <leboncoin.fr> sont l'écho de la renommée de la marque et du nom de domaine du Requérant.

A titre d'exemple « Le Monde » du 5 janvier 2013 qui publie un article intitulé « leboncoin.fr phénomène social » soulignant que « le site de petites annonces est devenu le site internet sur lequel les Français passent le plus de temps », évoquant à son sujet « un véritable fait de société » ayant conduit la rédaction du journal à demander à « un collègue d'expert » de le « décrypter ».

Son concept original autour de « la bonne affaire est au coin de la rue », sa simplicité d'utilisation et sa gratuité sont plébiscités par des millions d'utilisateurs qui y trouvent un service en phase avec leurs propres attentes.

Le service proposé par le Requérant sous sa marque « LE BON COIN » et le nom de domaine <leboncoin.fr> a ainsi créé, depuis 7 ans, des usages forts et impliquants auprès du public français.

La raison de ce succès est liée : (a) à la simplicité d'utilisation du service, gratuit, qui permet en trois clics d'accéder à une grande diversité de produits, (b) à l'ancrage régional qui permet aux acheteurs et aux vendeurs de se rencontrer, de vérifier l'état des objets vendus et de se céder ces objets de la main à la main, créant ainsi un esprit de communauté qui facilite les échanges, et (c) à la qualité du service offert par le Requérant. Conçu comme un service de proximité, le service proposé par le Requérant joue un rôle de facilitateur.

L'ensemble des éléments précités révèlent à eux seuls que le consommateur français d'attention moyenne associe la marque « LE BON COIN » et le nom de domaine <leboncoin.fr> du Requérant à la fourniture de services de diffusion d'annonces et de publicité, pris au sens large, proposés par le Requérant, et au premier site de petites annonces en France, figurant depuis 2009 dans le top 3 des sites de shopping préférés des français.

4. La renommée de la marque « LE BON COIN » et la notoriété du site <leboncoin.fr> ont été reconnues dans plusieurs décisions de l'AFNIC et de la Commission Administrative du Centre d'Arbitrage et de Médiation de l'OMPI (Pièces n°8 et 9)

- Reconnaissance de la renommée de la marque du Requéant par l'AFNIC dans ses décisions :
  - Décision FR-2012-00178 au sujet du nom de domaine <leboncoindesaffaires.fr> rendue le 15 octobre 2012 : « *Les pièces fournies par le requérant démontrent que la marque française « LE BON COIN » est une marque de renommée et connue du grand public* » (page 10) et « *le Collège a considéré que les pièces fournies par le Requéant permettaient de conclure que le Titulaire avait enregistré le nom de domaine <leboincoindesaffaires.fr> dans le but de profiter de la renommée du Requéant en créant une confusion dans l'esprit du consommateur* » (page 10, emphase rajoutée) ;
  - Décision FR-2012-00049 au sujet du nom de domaine <decathlon.re> rendue le 23 avril 2012 : « *B. [...] Parmi la liste des noms de domaine détenus par le requérant, figurent des noms de domaines identiques ou similaires à un certain nombre de marques renommées telles que : [...] le nom de domaine leboncoin.re [...]* » (page 8, emphase rajoutée).
  
- Reconnaissance de la renommée de la marque du Requéant par la Commission Administrative du Centre d'Arbitrage et de Médiation de l'OMPI dans ses décisions :
  - D2011-0891 au sujet du nom de domaine <leboncoinannonces.com> rendue le 18 juillet 2011 : « *A. La commission administrative constate que le Requéant a établi être titulaire de la Marque qui porte sur les termes « Le bon coin », celle-ci jouissant d'un caractère distinctif et d'une notoriété en matière de petites annonces en ligne [...]* » (page 4) ;
  - D2011-0825 au sujet du nom de domaine <leboncoinducul.com> rendue le 5 juillet 2011 : « *C. [...] Au demeurant, il résulte des pièces communiquées par le Requéant que le succès des services internet attachés au nom de domaine du Requéant depuis 2006 était notable en 2009 [...]* » (page 3).

Au vu des éléments précités, il est constant que la marque « LE BON COIN » et le nom de domaine <leboncoin.fr> du Requéant, antérieurs au nom de domaine litigieux «<lebonpied.fr>, jouissaient d'une notoriété et d'une renommée certaines au moment de l'enregistrement par le Titulaire du nom de domaine litigieux.

Il résulte de ce qui précède que le Requéant dispose d'un intérêt à agir.

**B. L'atteinte aux droits de propriété intellectuelle du Requéant**

A titre préliminaire, il convient de préciser que l'ajout des termes « .fr » n'a aucune signification juridique dans la mesure où l'utilisation d'un ccTLD est nécessaire dans l'enregistrement d'un nom de domaine. En outre, il est admis que la présence de l'extension « .fr » au sein du nom de domaine litigieux, inhérente au fonctionnement du nom de domaine, ne permet pas d'écarter tout risque de confusion entre le nom de domaine litigieux et la marque du Requéant.

Le nom de domaine litigieux <lebon pied.fr> est similaire à la marque « LE BON COIN » et au nom de domaine <leboncoin.fr> du Requérant.

En effet :

- visuellement, la marque et le nom de domaine antérieurs du Requérant sont composés de 9 lettres, quand le nom de domaine litigieux est lui aussi composé de 9 lettres.

Marque antérieure	<b>L.E/B.O.N/C.O.I.N</b>
Nom de domaine antérieur	<b>L.E./B.O.N/C.O.I.N.</b>
Nom de domaine litigieux	<b>L.E/B.O.N/P.I.E.D</b>

Les signes en cause ont en commun 5 lettres placées dans un ordre identique L.E.B.O.N. Ainsi, le nom de domaine litigieux reprend à l'identique les termes « LE » et « BON » de la marque et du nom de domaine antérieurs du Requérant.

Visuellement, les signes en présence ont donc en commun l'association des termes d'attaque « LE BON », associés à un terme de longueur identique et visuellement proche car composé du même nombre de lettres et placé en troisième position, c'est-à-dire en dernière position.

Or le consommateur d'attention moyenne prête davantage attention aux premiers éléments d'un signe qu'il perçoit.

Par ailleurs, le consommateur a rarement l'occasion d'effectuer une comparaison directe entre les éléments de deux signes qu'il perçoit et il doit se fier à l'image imparfaite qu'il en garde.

Dans ces conditions, la similitude entre les deux signes sera renforcée, les deux signes en présence comptant le même nombre de lettres « 9 » et ayant en commun « 5 » lettres placées dans le même ordre.

Par conséquent, les deux signes en cause doivent être considérés comme étant visuellement similaires.

- phonétiquement, les signes en présence sont très fortement similaires. Ils se composent d'un nombre identique de syllabes :
  - trois syllabes pour le nom de domaine litigieux : **LE / BON / PIED**
  - trois syllabes pour la marque du Requérant : **LE / BON / COIN**
  - trois syllabes pour le nom de domaine du Requérant : **LE / BON / COIN**

**Par ailleurs, tant le nom de domaine contesté que la marque et le nom de domaine du Requérant sont composés de termes monosyllabiques, conférant un rythme identique.**

Enfin, les signes en présence ont en commun les sonorités communes [lə] et [bɔ̃]. Quant aux syllabes finales qui seules divergent, elles commencent toutes deux par des consonnes occlusives sourdes [p] et [k].

Il en résulte une identité phonétique quasi-parfaite, renforcée par une rythmique identique.

- intellectuellement** ou **conceptuellement**, les signes en présence sont également fortement similaires par la reprise à l'identique de la structure de la marque et du nom de domaine antérieurs du Requérant.

En effet, il résulte de la structure identique, à tout le moins très fortement similaire, des signes en présence, une même impression d'ensemble, le signe contesté pouvant apparaître comme une déclinaison de la marque et du nom de domaine antérieurs pour une nouvelle gamme de produits et/ou services.

Par ailleurs, cette similarité est renforcée par l'ajout du terme « BON » au sein des termes « LE PIED ». Cet ajout n'allait pas de soi. Il démontre en réalité à l'évidence que le Titulaire a cherché, par un jeu de mots quelque peu maladroit, à se rapprocher conceptuellement de la marque « LE

BON COIN » et du nom de domaine <leboncoin.fr> du Requérant. En réalité, l'ajout du terme « BON » est purement motivé par la volonté du Titulaire de créer une confusion dans l'esprit du public avec la marque et le nom de domaine antérieurs du Requérant et ainsi de profiter de la notoriété du Requérant.

En effet, comme il sera démontré au point D., le site Internet du Titulaire propose un service d'annonces gratuites pour des rencontres de proximité, ce qui justifie l'utilisation de l'expression « LE PIED », qui signifie « c'est super, c'est génial ».

En revanche, le rajout du terme « BON » ne se justifie pas du tout dans la mesure où l'expression « LE BON PIED » n'a aucune signification autre que littérale (à l'inverse d'autres expressions utilisant le terme « PIED », comme « PRENDRE SON PIED » ou « BON PIED BON ŒIL ») et cette signification littérale n'a aucun lien avec le contenu du site.

Eu égard au contenu du site du Titulaire, l'ajout du terme « BON » ne se justifie que par la volonté du Titulaire de rapprocher intellectuellement le nom de domaine litigieux de la marque et du nom de domaine du Requérant. Comme « LE BON COIN », dont le concept original est « *la bonne affaire est au coin de la rue* », « LE BON PIED » chercherait à véhiculer l'idée que « *la bonne rencontre est au coin de la rue* ».

**Ainsi, le consommateur sera amené à considérer le nom de domaine litigieux comme une nouvelle offre proposée par le Requérant, complémentaire des produits et services qu'il fournit déjà.**

Par conséquent, les deux signes en cause doivent être considérés comme étant similaires intellectuellement.

En l'espèce, la marque et le nom de domaine antérieurs du Requérant bénéficient incontestablement en raison de leur connaissance sur le marché d'un caractère distinctif élevé non seulement intrinsèque mais également du fait de la connaissance de cette marque et de ce nom de domaine par le public français.

La conséquence directe est que la probabilité de l'existence d'un risque de confusion entre la marque « LE BON COIN » et le nom de domaine <leboncoin.fr> d'une part, et le nom de domaine litigieux <lebon pied.fr> d'autre part, se trouve encore accrue.

Il résulte de ce qui précède que le nom de domaine litigieux porte atteinte aux droits de propriété intellectuelle du Requérant.

### **C. Le Titulaire ne peut justifier d'aucun droit ni intérêt légitime**

Le Requérant, après avoir entrepris des recherches, n'a pas été en mesure de trouver de titre de propriété intellectuelle, détenu par le Titulaire, que ce soit l'éditeur du site Internet <lebon pied.fr>, à savoir la société Datarama, ou son gérant, Laurent J., protégeant les termes « LE BON PIED », « LEBONPIED » ou « LEBONPIED.FR » en France ou en Europe, que ce soit à titre de marque, de nom commercial ou de dénomination sociale.

Ainsi, les recherches effectuées sur les différentes bases de données de marques n'ont permis d'identifier aucune marque protégeant « LE BON PIED » en France ou dans l'Union européenne et pouvant ainsi justifier l'existence d'un droit légitime qui permettrait au Titulaire d'exploiter le nom de domaine litigieux (Pièce n°10). Il est constant à cet égard que le simple enregistrement d'un nom de domaine ne permet pas d'établir un droit ou un intérêt légitime. Le Titulaire n'est pas davantage connu sous la dénomination sociale, l'enseigne ou le nom « LE BON PIED » (Pièce n°11).

Par ailleurs, le Requêteur soutient qu'il n'a jamais autorisé ni accordé au Titulaire de droit ou de licence pour l'enregistrement, l'exploitation ou l'usage du nom de domaine litigieux <lebonpied.fr>. Il n'existe de surcroît aucune relation d'affaires entre les Parties.

En outre, le site Internet <lebonpied.fr> est édité par une société dénommée Datarama, immatriculée depuis le 23 avril 2007 soit près de 6 ans avant l'enregistrement du nom de domaine <lebonpied.fr>. Cette société n'est pas connue sous le nom « LE BON PIED ».

Enfin, le Titulaire ne fait pas un usage non commercial du nom de domaine puisque celui-ci permet, en trompant le consommateur, de générer ou d'augmenter ses revenus publicitaires (Pièce n°12). Or, le défaut d'intérêt légitime est caractérisé lorsque le nom de domaine est utilisé à des fins commerciales.

En conséquence, conformément à la jurisprudence de l'AFNIC, le Titulaire ne dispose pas d'un intérêt légitime. Il appartient en conséquence désormais au Titulaire de démontrer qu'il détient des droits sur le nom de domaine litigieux ou possède un intérêt légitime qui s'y attache.

#### **D. Le Titulaire agit de mauvaise foi**

Conformément à l'article R. 20-44-46 du CPCE (décret du 1er août 2012) :

*« Peut notamment caractériser la mauvaise foi, pour l'application des 2° et 3° de l'article L. 45-2, le fait, pour le demandeur ou le titulaire d'un nom de domaine :*

*(...)*

*- d'avoir obtenu ou demandé l'enregistrement d'un nom de domaine principalement dans le but de profiter de la renommée du titulaire d'un intérêt légitime ou d'un droit reconnu sur ce nom ou sur un nom apparenté, ou de celle d'un produit ou service assimilé à ce nom, en créant une confusion dans l'esprit du consommateur ».*

A cet égard, il est constant que :

- a) l'éditeur du site <lebonpied.fr> est domicilié en France (**Pièce n°13**) ;
- b) la marque et le nom de domaine antérieurs du Requêteur sont notoirement connus (Pièces n°5 à 9) ;
- c) compte tenu de l'existence de la marque « LE BON COIN » et du site <leboncoin.fr> depuis 2006, et de sa notoriété largement établie au moment même de l'enregistrement du nom de domaine litigieux, le Titulaire, qui réside en France comme l'atteste les mentions légales du site <lebonpied.fr> (Pièce n°13), ne pouvait ignorer l'existence de la marque « LE BON COIN » et du site <leboncoin.fr> au moment de l'enregistrement du nom de domaine <lebonpied.fr> le 16 novembre 2012, comme le prouvent d'ailleurs les pages écran du site du Titulaire qui reproduisent le site du Requêteur (Pièce n°14). Une simple recherche d'antériorité aurait permis au Titulaire de constater l'existence de la marque « LE BON COIN » du Requêteur, déposée 7 ans plus tôt, pour désigner notamment des services de diffusion d'annonces, de gestion des affaires commerciales et d'administration commerciale ;
- d) comme le site Internet du Requêteur, le site Internet du Titulaire <lebonpied.fr> permet, gratuitement, de déposer des petites annonces en ligne. Ces annonces concernent des rencontres « sérieuses » ou « sexy », offre non proposée par le Requêteur. Le nom de domaine litigieux renvoie donc à un site proposant un service identique au service proposé par le

Requérant. Le site Internet <lebon pied.fr> pourrait donc être considéré par les internautes français comme la déclinaison des services offerts par le Requérant sur son site <lebon coin.fr> (Pièce n°14) ;

e) cette croyance des internautes français sera renforcée par la présentation du site du Titulaire, qui imite fortement la présentation du site du Requérant. Ainsi le site du Titulaire imite la charte graphique du site du Requérant, notamment (Pièce n°14) :

- par le design minimaliste et épuré du site ;
- en reproduisant en haut à gauche de la page d'accueil un logo composé de deux couleurs reprises dans le nom du site (les termes « LEBONPIED » étant reproduits en bleu et le terme « .FR » en rose) et accompagnés d'un slogan explicatif sous les termes « LEBONPIED.FR » indiquant « annonces rencontre gratuites » (**Pièce n°14**) :

[reproduction des marques]

- en reproduisant sur la page d'accueil une carte bleue de la France dont la taille est identique à celle figurant en page d'accueil du site du Requérant, sur laquelle l'internaute peut, comme sur le site du Requérant, cliquer pour retrouver les annonces déposées dans sa région ou son département :

[Captures des pages d'accueil des deux sites internet correspondants]

f) de la même manière, cette croyance sera renforcée par le fonctionnement du site du Titulaire, qui imite fortement le fonctionnement du site du Requérant (Pièce n°14). Ainsi :

- comme sur le site du Requérant, le dépôt d'une annonce est gratuite ;
- comme sur le site du Requérant, les annonces sont classées par département et par région, facilitant ainsi les échanges de proximité ;
- comme sur le site du Requérant, le site du Titulaire propose aux internautes, moyennant contribution financière, des options telles que le rajout de photos supplémentaires, ou la possibilité d'avoir son annonce en tête des résultats de recherche ;
- comme le site du Requérant, le site du Titulaire propose des options pour les professionnels qui peuvent déposer des annonces ;
- comme le site du Requérant, le site du Titulaire, qui est gratuit, est financé par la publicité. A ce titre, il convient de rappeler que le site du Requérant était le 6<sup>ème</sup> site le plus support publicité en France en mai 2013 (Médiametrie/NetRatings, mai 2013) (**Pièce n°5**).

Il résulte donc de tout ce qui précède que le dépôt du nom de domaine litigieux en novembre 2012, alors que la marque « LE BON COIN » et les services proposés par le Requérant sous cette marque connaissaient déjà une notoriété incontestable et que le Requérant générait des revenus publicitaires de plus en plus importants du fait de l'exploitation du site <lebon coin.fr>, ne saurait être considéré comme fortuit.

En réalité, le Titulaire a, en déposant le nom de domaine litigieux, sciemment cherché à profiter de la renommée du Requérant et ainsi à attirer, à des fins lucratives, les internautes français vers son site en créant un risque de confusion avec la marque du Requérant en ce qui concerne la source, le commanditaire, l'affiliation ou l'approbation de site exploité sous le nom de domaine <lebon pied.fr>.

Cette croyance des internautes français est manifestement renforcée par la présentation et le fonctionnement du site du Titulaire.

Ainsi, il est indéniable qu'en réservant et exploitant le nom de domaine <leboncoin pied.fr>, le Titulaire cherche à attirer à lui les consommateurs connaisseurs du site « leboncoin.fr », curieux de savoir quel nouveau type d'offres et de services ce site, attribué au Requérant, propose. En effet, compte tenu de la notoriété de la marque du Requérant et de son activité permettant la vente et l'achat en ligne de produits d'occasion et de produits neufs, il ne fait aucun doute que l'internaute pensera, en découvrant le nom de domaine <leboncoin pied.fr>, accéder à un site officiel du Requérant.

En visitant le site litigieux, les internautes penseront accéder à la version « rencontres » du site de petites annonces <leboncoin.fr>.

En outre, bien que les internautes puissent rapidement constater, une fois sur le site <leboncoin pied.fr>, ne pas être sur le site <leboncoin.fr>, le Titulaire aura déjà récupéré un trafic important, qui lui permettra d'augmenter ses revenus publicitaires. A cet égard, il n'est pas nécessaire de démontrer que le Requérant a subi ou pourrait potentiellement subir un préjudice de ce fait.

Par ailleurs, le fait que le nom de domaine <leboncoin pied.fr> a été réservé de manière anonyme contribue à démontrer la mauvaise foi du Titulaire (Pièce n°1). En effet, le Titulaire d'un nom de domaine qui ne doute pas de son intérêt légitime et qui agit de bonne foi ne ressent pas le besoin d'agir sous couvert d'anonymat, aucune obligation n'étant faite aux personnes physique, par l'AFNIC, d'enregistrer anonymement un nom de domaine.

En conséquence, conformément à la jurisprudence de l'AFNIC, le Titulaire agit de mauvaise foi.

**Il est donc demandé au Collège d'ordonner la transmission du nom de domaine <lebon pied.fr> au profit du Requérant.».**

Le Requérant a demandé la transmission du nom de domaine.

## **ii. Le Titulaire**

Le Titulaire a adressé une réponse à l'Afnic le 19 août 2013.

Dans sa réponse, le Titulaire a fourni les pièces suivantes :

- Extrait Kbis de la société DATARAMA immatriculée le 23 avril 2007 sous le numéro 497 618 116 au R.C.S. de Nice, gérée par M. Laurent J. ;
- Copie de la carte nationale d'identité de M. Laurent J. ;
- Article de presse daté du 29 août 2013 intitulé « LeBonCoin.fr lancerait un site de rencontre « Le Bon Coup » ;
- Courrier daté du 22 avril 2013 envoyé au Requérant en réponse à la mise en demeure de transférer le nom de domaine <lebon pied.fr> à ce dernier.

Dans sa réponse, le Titulaire indique que :  
**[Citation complète de l'argumentation]**

« Le Requérant, aussi célèbre qu'il soit, ne peut revendiquer le droit exclusif de pouvoir utiliser des noms de domaine commençant par "lebon" sous prétexte qu'il exploite une marque et un nom de domaine "leboncoin.fr".

Pour preuve, "Le bon" est une expression courante, utilisée à maintes reprises dans la langue française (le bon moment, le bon vin, le bon réflexe, etc) et non pas un terme inventé par le Requêteur, comme Google, Ebay, Yahoo, etc.

Le Requêteur n'est d'ailleurs pas le premier site Internet à avoir utilisé un nom de domaine commençant par "le bon".

Pour exemples: lebonplan.fr (2005), lebonprix.fr (2004), lebonchoix.fr (2004), lebonmarche.fr (marque 1989 et domaine 2000) etc.

Il n'y a de surcroît aucune similitude de sens et de phonétique entre les mots "coin" et "pied".

Par ailleurs, lebonpied.fr propose exclusivement un service de rencontre (en rapport avec "trouver chaussure à son pied" et "le bon plaisir"), alors que leboncoin.fr ne propose principalement que des annonces de ventes de biens matériels et en aucun cas des annonces de rencontre.

Les services proposés par lebonpied.fr ne constituent donc aucune concurrence envers le Requêteur.

En réalité, le requérant envisageant de créer un nouveau site d'annonces de rencontre "leboncoup.fr" comme le prouve son annonce dans la presse du 29-08-2013 (capture d'écran jointe), il tente d'éliminer son futur concurrent lebonpied.fr.

Concernant une éventuelle similarité visuelle entre le site du Requêteur et le notre, nous avons proposé au Requêteur, dans notre courrier du 22 avril 2013 (ci-joint), d'effectuer des modifications graphiques sur notre site afin de différencier encore davantage l'aspect visuel de nos deux sites respectifs.

Notre proposition est restée sans réponse à ce jour.

Le Requêteur nous reproche entre autre d'afficher comme lui une carte de France en page d'accueil: L'affichage d'une carte de France sur la page d'accueil d'un site Internet est devenu pratique courante, et en aucun le Requêteur ne peut en revendiquer l'exclusivité.

Pour preuve, voici une liste non limitative de sites d'annonces utilisant le même système: vivastreet.fr (qui existait bien avant leboncoin.fr et qui offre strictement le même service que leboncoin.fr), topannonces.fr (carte de couleur bleue), marche.fr, lebontroc.fr, lebontuyaux.com, yakaz.fr (carte de couleur bleue), lepetitgratuit.fr, maxipratik.fr, rad1.fr, gusbazar.com, mr-annonce.fr, alafu.fr, ki-trouve.fr, labonneannonce.net.

Enfin, concernant les décisions de l'Afnic et Ompi faisant jurisprudence évoquées par le Requêteur, celles-ci ne sont pas comparables car elles concernaient des noms de domaine reprenant mot pour mot la marque déposée par le requérant, ce qui n'est nullement le cas pour lebonpied.fr :

- leboncoindesaffaires.fr
- leboncoinducul.com
- leboncoinannonces.com.

En conséquence, nous demandons au collègue de refuser la demande de transmission de notre nom de domaine au profit du Requêteur. ».

#### **IV. Discussion**

Au vu des dispositions du droit commun relatives à la charge de la preuve,  
Au vu des écritures et pièces déposées par les deux parties,  
Au vu des dispositions du présent Règlement,

Au vu des dispositions prévues à l'article L. 45-6 du Code des Postes et des Communications Electroniques,

**i. L'intérêt à agir du Requéant**

Au regard des pièces qui ont été fournies par le Requéant, le Collège a constaté qu'au moment du dépôt de la demande, le nom de domaine <lebonpied.fr> :

- N'est ni identique ni quasi-identique à la marque française « le bon coin » enregistrée le 7 avril 2006 sous le numéro 3421864 par la société SPIR COMMUNICATION S.A. et ayant fait l'objet d'une transmission totale de propriété à la société REGICOM le 10 juillet 2009 puis à la société EDITIONS AIXOISES MULTIMEDIA le 31 mars 2010 ; Cette dernière a fait l'objet d'un changement de dénomination sociale le 21 juin 2011 pour devenir SCM France puis SCHIBSTED France le 26 décembre 2012 ;
- Est constitué de l'article défini « le » suivi de l'adjectif qualificatif « bon » attaché à un terme générique différent de celui utilisé pour la marque « le bon coin » du Requéant.

Par ailleurs, le Collège a constaté que la marque « le bon coin » du Requéant ne présentait pas d'élément de ressemblance visuelle, auditive ou conceptuelle suffisant pour retenir une similarité entre les deux signes.

Le Collège a donc considéré que le Requéant n'avait pas d'intérêt à agir en vue de demander la transmission.

**V. Décision**

Le Collège a décidé de rejeter la demande de transmission du nom de domaine <lebonpied.fr> au profit du Requéant.

**VI. Exécution de la décision**

Conformément à l'article (II) (viii) du Règlement, la décision de l'Afnic ne sera exécutée qu'une fois écoulé un délai de quinze (15) jours civils à compter de la notification de la décision aux parties.

Conformément à l'article (II) (vii) du Règlement, l'Afnic notifie par courrier électronique et postal la décision à chacune des parties.

Elle procédera au dégel des opérations sur le nom de domaine selon les dispositions du Règlement.

Le Bureau d'enregistrement est informé de la décision par courrier électronique.

A Saint-Quentin en Yvelines, le 16 septembre 2013

Membres du Collège :

Mathieu WEILL  
Isabel TOUTAUD  
Loïc DAMILAVILLE

Rapporteur :

Floriane DUEL