



DÉCISION DE L'AFNIC

la-cote-argus.fr

Demande n° FR-2012-00041

I. Informations générales

i. Sur les parties au litige

Le Requérant : La Société Nouvelle d'Etudes, d'Editions et de Publicité (ci-après la SNEEP)

Le Titulaire du nom de domaine : La société Muse Media

ii. Sur le nom de domaine

Nom de domaine objet du litige : la-cote-argus.fr

Date d'enregistrement du nom de domaine : 2 février 2011

Date de renouvellement du nom de domaine : 2 février 2012 soit postérieurement au 1^{er} juillet 2011

Date d'anniversaire du nom de domaine : 2 février 2013

Bureau d'enregistrement : GANDI

II. Procédure

Une demande déposée par le Requéant auprès de l'AFNIC a été reçue le 28 février 2012 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 6 mars 2012.

Le Titulaire a adressé une réponse à l'AFNIC le 25 mars 2012.

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 2 avril 2012.

III. Argumentation des parties

i. Le Requéant

Selon le Requéant, l'enregistrement ou le renouvellement du nom de domaine <la-cote-argus.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 :

- Copie d'échange de courriers entre la SNEEP et un cabinet d'avocat sur la communication de cotations.
- Copie d'échange de courrier entre la SNEEP et un office notarial sur la communication de cotations.
- Extrait du Registre du Commerce et des sociétés de la société STRATO-IP, représentant du Requéant.
- Copie du courrier de mise en demeure envoyé à MUSE MEDIA avec copie de l'avis de réception.
- Résultats de l'enquête réalisée par TNS SOFRES de la notoriété pour l'Argus.
- Page écran du site web vers lequel renvoie le nom de domaine <la-cote-argus.fr>
- Copie du certificat d'enregistrement de la marque française « L'ARGUS » déposée le 20 mars 2009 sous le numéro 09 3 638 230.
- Copie du courrier expédié par l'INPI au représentant du Requéant pour informer de la levée des irrégularités de fond sur la marque « COTE ARGUS »
- Copie de la décision n°D2011-1881 rendue par le Centre d'arbitrage et de médiation de l'OMPI.
- Extrait Whois relatif au nom de domaine <cotargus.tm.fr>
- Copie du certificat de renouvellement de la marque française « COTARGUS » déposée le 28 décembre 1998 sous le numéro 98 766 422 et renouvelée le 11 décembre 2008

- Copie du certificat d'enregistrement de la marque française « COTE ARGUS » déposée le 20 juin 2007 sous le numéro 07 3 508 189.
- Copie de la décision n°DFR2009-0041 rendue par le Centre d'arbitrage et de médiation de l'OMPI.
- Copie du décret n°2011-133 du 2 février 2011 relatif à la création d'une aide exceptionnelle en faveur des agents de l'Etat et de ses établissements publics victimes du séisme du 12 janvier 2010 en Haïti.

Dans sa demande, le Requérant indique que :

[Citation partielle de l'argumentation]

«1) Le nom de domaine est identique ou semblable, au point de prêter à confusion, aux droits de marque et aux noms de domaine antérieurs du Requérant

Le Requérant, qui édite depuis 1927 la revue notoire "L'Argus de l'Automobile et des Locomotions", devenue successivement « L'argus de l'Automobile » puis « L'argus », est spécialisée dans le domaine des transactions de véhicules d'occasion et propose, en France, une cote reconnue par les professionnels et par le grand public au point que (i) les constructeurs automobiles et autres acteurs du secteur ne font référence qu'à cette cote dans leurs offres commerciales et (ii) de nombreuses professions (notaires, expert comptables, officiers de Police judiciaire, juges, avocats, etc.) n'utilisent que cette cote pour évaluer les véhicules d'occasion, confirmant ainsi son statut de valeur de référence.

Encore récemment, un Décret du 2 février 2011, signé par le Premier Ministre, relatif à la création d'une aide exceptionnelle en faveur des agents de l'Etat et de ses établissements publics victimes du séisme du 12 janvier 2010 en Haïti, fait référence à la cotation établie par L'Argus. Il dispose en effet en son article 6 : « L'estimation de la valeur du véhicule est effectuée par rapport à la cotation figurant à l'Argus Automobile de la métropole le mois précédant le sinistre ».

Dans le cadre de son activité, le Requérant a notamment acquis des droits sur les marques françaises antérieures suivantes :

- COTE ARGUS, marque française n° 073508189 déposée le 20 juin 2007 en classes 16, 35, 36, 37, 38, 39, 41 et 42 ;
- COTARGUS, marque française n° 98766422 déposée le 28 décembre 1998 et dûment renouvelée en 2008 en classes 12, 16, 35, 36, 38 et 41.

Le Requérant est également titulaire des noms de domaines antérieurs suivants :

- [cotargus.tm.fr], nom de domaine réservé depuis le 15 septembre 1999;
- [coteargus.fr], nom de domaine réservé depuis le 17 décembre 2008 et transmis au Requérant en vertu d'une décision du Centre d'Arbitrage et de Médiation de l'OMPI en date du 22 février 2010 dans le cadre d'une procédure PARL initiée par le Requérant [Litige n° DFR2009-0041].

En outre, il est à noter que, dans le cadre d'une plainte UDRP initiée le 31 octobre 2011 par le Requérant, le Centre d'Arbitrage et de Médiation de l'OMPI a très récemment ordonné la transmission, au profit du Requérant, des noms de domaine [la-cote-argus.com] et [la-cote-argus.net], également réservés par la société MUSE MEDIA (cf. Décision OMPI du 26 décembre 2011- Litige n° D2011-1881).

[...] [la-cote-argus] reprend de manière identique ou quasi-identique, non seulement les marques françaises antérieures COTE ARGUS et COTARGUS du Requérant, mais également les noms de domaine [cotargus.tm.fr] et [coteargus.fr] antérieurs du Requérant et mentionnés ci-dessus.

En effet, la seule adjonction de tirets entre les trois termes ainsi que l'extension <.fr> ne dissipent aucunement la similarité entre le nom de domaine litigieux et les droits antérieurs du Requérant, l'élément essentiel du nom de domaine litigieux étant constitué par l'expression <cote argus>.

Au demeurant, le choix de l'article défini « la » pour qualifier ce que Muse média prétend être un service de cotation parmi d'autres suffit seul à démontrer la mauvaise foi du défendeur, LA cote argus ne pouvant manquer de faire référence à la cote publiée par L'Argus de l'Automobile.

2) Le défendeur n'a aucun droit sur le nom de domaine ni aucun intérêt légitime qui s'y attache

En effet, le Requérant n'a consenti au Défendeur aucune autorisation sur l'utilisation, à quelque titre que ce soit, de l'expression COTE ARGUS ou COTARGUS.

[...]

L'INPI a reconnu le caractère distinctif acquis par l'usage de l'expression COTE ARGUS appliquée au domaine de l'automobile.

Ce caractère distinctif acquis par l'usage a été reconnu au regard de l'ensemble des éléments fournis par le Requérant et établissant qu'il était légitime de délivrer un certificat d'enregistrement de marque pour cette expression.

L'INPI a confirmé sa position en acceptant de procéder à l'enregistrement de la demande de marque française verbale « L'Argus » n° 093638230 en lien avec le domaine automobile, et ce sans avoir émis de notification d'irrégularités concernant le caractère distinctif de cette marque.

Ensuite, le nom de domaine litigieux [la-cote-argus.fr] renvoie expressément à l'activité du Requérant. En effet, lorsque l'internaute tape le nom de domaine litigieux, il apparaît sur la page d'accueil du site internet les éléments suivants :

- de nombreuses marques de constructeurs automobiles,
- la photographie d'un véhicule automobile,
- les services proposés sur le site internet, à savoir la consultation des cotes autos,
- la reproduction de la marque « Argus » du requérant, publicités comprises, à près de vingt cinq reprises.

Par conséquent, il est incontestable que le site internet auquel permet d'accéder le nom de domaine litigieux [la-cote-argus.fr] renvoie à une activité identique à celle du Requérant, activité pour laquelle le Requérant a acquis une notoriété certaine au point de devenir une référence nationale.[...] Cette notoriété a été expressément :

- reconnue par l'OMPI qui, dans la décision PARL du 22 février 2010 concernant le nom de domaine [coteargus.fr] mentionnée ci-dessus, a clairement énoncé que « l'expression « Cote Argus » est notoire car connue d'une très large fraction des internautes » (cf. Litige n° DFR2009-0041 - Expert M. Christophe Caron ; Décision du 22 février 2010 -) ;

- réaffirmée, par l'OMPI qui, dans la décision UDRP du 26 décembre 2011 concernant les noms de domaine [la-cote-argus.com] et [la-cote-argus.net] a clairement énoncé que : « le Défendeur (Muse Media) a choisi ces noms de domaine litigieux reproduisant les marques du Requérant uniquement pour bénéficier de la notoriété de ce dernier dans l'offre de services concurrents. En procédant à l'enregistrement des noms de domaine litigieux, le Défendeur ne pouvait pas ignorer les droits du Requérant sur l'expression <cote argus> qui est connue d'une très large fraction des internautes et qui jouit d'une réputation et d'une reconnaissance certaine auprès des professionnels et particuliers » (cf. Litige n° D2011-1881 - Experte Mme Christiane Féral-Schuhl, Décision OMPI du 26 décembre 2011-).

Dès lors, il en résulte nécessairement l'existence d'un risque de confusion évident, risque créé volontairement par le Défendeur et ce, au détriment des droits antérieurs du Requérant.

De plus, même si le Défendeur soutiendra, comme moyen de défense, comme il l'a fait précédemment, qu'il a utilisé le terme <argus> dans son sens commun tel que défini par l'Académie française (à savoir une publication qui fournit des informations dans des domaines particuliers), notre réponse sera celle apportée par l'OMPI dans la décision D2011-1881 précitée, à savoir que : « il ne saurait être considéré comme légitime d'utiliser ce terme pour sa valeur à titre de marque (voir Gibson, LLC contre Jeannette V., Litige OMPI N° D2010-0490). Ici, le Défendeur a certes entendu offrir aux internautes un service effectif de cotation de véhicules. Il semble toutefois qu'il aurait pu choisir pour ce service un nom de domaine descriptif qui ne porte pas pour autant atteinte aux droits de marque du Requérant. Le Défendeur ne pouvait en effet ignorer la réputation du Requérant concernant les services de cotation de véhicules

d'occasion. La Commission administrative déduit de ce constat que le Défendeur a choisi ces noms de domaine litigieux reproduisant les marques du Requérant uniquement pour bénéficier de la notoriété de ce dernier dans l'offre de services concurrents ».

Dans ces circonstances, le Défendeur est mal fondé à prétendre avoir utilisé le nom de domaine litigieux dans le cadre d'une offre de services de bonne foi.

Enfin, par ces actes litigieux, le Défendeur entend s'approprier indûment tous les investissements humains, financiers et juridiques engagés par le Requérant et qui lui permettent de jouir, à ce jour, d'une réputation certaine dans le domaine automobile, eu égard à son exploitation intensive et soutenue depuis 1927.

Depuis cette date, la diffusion de ce journal n'a jamais été interrompue, sauf sous la contrainte exceptionnelle imposée par la seconde guerre mondiale, contrainte qui a occasionné une courte interruption de la diffusion en 1939.

C'est pourquoi il s'est installé de manière durable et profonde une association de l'expression COTE ARGUS à l'activité du Requérant, à savoir l'estimation de la valeur d'un véhicule. D'ailleurs, un très récent sondage réalisé en juin 2011 montre que 47 % des personnes interrogées citent spontanément et en premier rang « L'Argus » lorsqu'on leur demande quels sont les noms leur venant à l'esprit quand on parle de l'estimation de la valeur d'un véhicule.

[...]

3) Le nom de domaine litigieux a été enregistré et est utilisé de mauvaise foi

Il ressort clairement des éléments susmentionnés et plus particulièrement de la notoriété des droits antérieurs du Requérant dans le domaine de la cotation de véhicules automobiles, que le Défendeur ne pouvait raisonnablement ignorer que la réservation du nom de domaine litigieux [la-cote-argus.fr] induiraient nécessairement l'internaute en erreur et, par la même, porterait atteinte aux droits antérieurs du Requérant.

C'est d'ailleurs dans ce sens que l'OMPI s'est prononcé dans l'affaire concernant les noms de domaine [la-cote-argus.com] et [la-cote-argus.net] et ce, en reconnaissant expressément que : « le Défendeur a ainsi tenté d'augmenter le nombre de visiteurs de son site et le nombre d'utilisateurs du service fourni en utilisant des noms de domaine litigieux reproduisant la marque COTE ARGUS du Requérant. Pour ces raisons, la Commission administrative considère, en application du paragraphe 4(b)(iv) des Principes directeurs, que la mauvaise foi du Défendeur se caractérise tant dans l'enregistrement des noms de domaine litigieux, que dans l'utilisation qui en est faite » (cf. Litige n° D2011-1881 - Experte Mme Christiane Féral-Schuhl, Décision OMPI du 26 décembre 2011-)[...] »

Le Requérant a demandé la transmission du nom de domaine.

ii. Le Titulaire

Le Titulaire a adressé une réponse à l'AFNIC le 25 mars 2012.

Dans sa réponse le Titulaire indique que :
[Citation partielle de l'argumentation]

«[...]

I/ Sur le non-respect des dispositions de l'article I. v. du règlement SYRELI

[...] la société MUSE MEDIA tient à rappeler qu'aux termes du règlement du système de résolution de litiges (SYRELI) et en particulier de l'article I. v. du règlement, le Requérant doit certifier qu'à sa connaissance, aucune procédure judiciaire ou extrajudiciaire sur le nom de domaine, objet du litige, n'est en cours, au moment où il formule sa demande.

Fort de ces dispositions, il appartenait en conséquence, à la société SNEEP d'indiquer à l'AFNIC, à compter du 28 février dernier, toute action judiciaire en cours. Ce qu'elle n'a pas fait

alors qu'il existe pourtant des actions judiciaires portant sur le nom de domaine objet du litige. La société SNEEP a assigné la société MUSE MEDIA par devant le Tribunal de grande instance de Toulouse en date du 25 novembre 2011 puis devant le Tribunal de grande instance de Paris en date du 27 février 2012.».

Ces deux actions judiciaires - toujours en cours aux jour des présentes- portent très clairement sur le nom de domaine objet du litige.

La société SNEEP a également omis d'indiquer dans sa requête que la société MUSE MEDIA conteste la décision prise par l'OMPI en date du 26 décembre 2011 et qu'elle l'a, à cet égard, assigné devant le Tribunal de grande instance de PARIS en date du 19 janvier 2012 afin d'obtenir la nullité de la marque "cote argus", car contraire aux principes établis par l'article L 711-2 du Code de la Propriété Intellectuelle.

Force est de constater au vu de ces trois actions judiciaires en cours et sciemment dissimulées par la société SNEEP que cette dernière n'a pas respecté les dispositions du règlement SYRELI.

La société MUSE MEDIA sollicite donc, le rejet pur et simple de la demande de la société SNEEP au motif qu'elle ne respecte pas le règlement SYRELI.

II/ Sur l'intérêt légitime de la société MUSE MEDIA sur le nom de domaine la coteargus.fr

La société MUSE MEDIA a un intérêt légitime attaché au nom de domaine la-cote-argus.fr puisque avant qu'elle n'ait connaissance du litige, elle utilisait le nom correspondant au nom de domaine et ce, en relation avec une offre de bonne foi de services.

La société MUSE MEDIA a ouvert en février 2011 un site Internet sous le nom de domaine www.la-cote-argus.fr, qu'elle exploite activement depuis et a déposé les noms de domaine www.la-cote-argus.net et www.la-cote-argus.com pour permettre de rediriger l'internaute vers le site.

Ce site a pour objet d'informer les professionnels de l'automobile sur la valeur d'un véhicule au jour le jour, et ce, quelque soit la marque dudit véhicule.

La consultation de la cote d'un véhicule est facturée à la durée via l'abonnement de l'internaute souscrit auprès de son opérateur téléphonique. Depuis sa création, le site exploité à partir des noms de domaine « la-cote-argus.fr, la-coteargus.com et la-cote-argus.net » a reçu 817 150 visites dont 729 636 visiteurs uniques (chiffres arrêtés au 30 novembre 2011).

Ceux sont 4 480 910 pages du site qui ont été vues en dix mois, soit près de 6 pages par visite (chiffres au 30 novembre 2011).

[...] Au vu de ce qui précède, force est de constater que la société MUSE MEDIA dispose d'un intérêt légitime et certain à conserver le nom de domaine objet du litige. A contrario, la société SNEEP ne parvient pas, dans sa requête, à démontrer, avec certitude, l'absence d'intérêt légitime du titulaire.

Ce qui est pourtant indispensable pour fonder une décision de transmission de nom de domaine dans le cadre de la présente procédure, comme le rappelle la décision de l'AFNIC au sujet du nom de domaine petitbeguin.fr (Demande n°FR-2011-00005).

En tout état de cause, le requérant soutient dans sa requête que le nom de domaine serait identique ou semblable, au point de prêter à confusion, aux droits de marque du Requéant.

Or, le droit de marque du Requéant est sérieusement contesté par le Titulaire de nom de domaine dans le cadre d'une procédure engagée devant le Tribunal de grande instance de PARIS.

Pour pouvoir se prévaloir d'un droit de marque, la société SNEEP doit en effet, disposer d'une marque valable, opposable et qui constitue un droit susceptible de défense à l'égard des tiers.

A cet égard, l'on rappellera que l'article L 711-2 du Code de la Propriété Intellectuelle dispose que "sont dépourvus de caractère distinctif :

a- les signes ou dénominations qui, dans le langage courant ou professionnel sont exclusivement la désignation nécessaire générique ou usuelle du produit ou du service,

b- les signes ou dénominations pouvant servir à désigner une caractéristique du produit ou du service et notamment l'espèce, la qualité, la quantité, la destination, la valeur, la provenance géographique, l'époque de la production du bien ou de la prestation de service".

En application de ce texte, de nombreux arrêts de Cour de cassation et de Cour d'appel ont fourni plusieurs exemples d'annulation dans des cas similaires au cas exposé par la Requérante [...]

La Cour de PARIS a jugé que la dénomination litigieuse était "*constituée exclusivement de termes qui sont phonétiquement la désignation d'une boutique du verre et qui indique, en conséquence, la qualité essentielle de tout produit commercialisé par une telle entreprise.*" (CA Paris 26 janvier 1981 PIBP 1981 n°276 III). [...]

Le Tribunal de grande instance de Paris a pour sa part, prononcé la nullité de la marque "teintecire" pour désigner des encaustiques solides et liquides ; les mots "teinte" et "cire" désignant les qualités fondamentales du produit et sa fonction qui est de teinter et de cirer le bois. (TGI Paris 20 décembre 1982 PIBP 1983 n°318 III).

Il a également, prononcé la nullité de la marque « texto » au motif que ce terme était dépourvu de caractère distinctif pour désigner les services de messageries ; Le requérant ayant suffisamment démontré qu'au jour du dépôt, « *ce terme était la désignation nécessaire de ces servi ces dans le langage courant.* » (TGI Paris 29 janvier 2008).

Ce courant jurisprudentiel s'inscrit dans l'appréciation beaucoup plus restrictive que doit avoir la jurisprudence du caractère distinctif afin d'éviter que certains opérateurs du marché puissent se réserver des termes nécessaires autant que descriptifs ou génériques pour l'exercice d'une activité, violant ainsi le principe de la liberté du commerce et de l'industrie résultant de la Loi LECHAPELIER et intégrer comme principe à valeur constitutionnelle.

Dans notre cas, l'analyse des deux termes constituant la prétendue marque cote-argus, démontre l'absence totale de distinctivité du signe.

Le terme « COTE » est communément utilisé aussi bien dans le langage courant que dans le langage professionnel pour définir notamment, l'estimation de la valeur d'un bien.

Le mot « COTE » a par ailleurs dans le dictionnaire, plusieurs définitions et peut s'entendre comme :

- le montant de la cotisation imposée à chaque contribuable,
- la constatation officielle ou officieuse des cours d'une marchandise, d'une monnaie ou d'une valeur mobilière négociée par un intermédiaire qualifié.
- la publication périodique reproduisant ces cours.[...]

Force est de constater que le terme ne présente aucun caractère évocateur puisqu'il est exclusivement générique et descriptif.

Le terme ARGUS provient du nom d'un prince d'ARGOS qui disposait de cent yeux dont cinquante restaient toujours ouverts.

Par assimilation, le terme argus a été employé pour qualifier une personne qui avait l'œil à tout. La presse d'un grand nombre de domaines d'activité s'est emparée de ce nom pour l'employer comme dénomination générique d'une publication qui fournit des renseignements ou informations spécialisées.

Depuis le 19ème siècle, ont fleuri de nombreuses revues ou publications utilisant le terme «argus » accompagné du domaine d'activité visé, dont notamment l'Argus de la Presse, l'Argus des Assurances, Argus de l'Immobilier, Argus des salaires, Argus des pianos, Argus des photos...

Il définit pour l'Académie Française, « une publication qui fournit des informations dans des domaines particuliers ».

Ce terme ne présente en conséquence, aucun signe de distinctivité.

Le fait que l'INPI ait accepté en 2007, après avoir formulé de vives réserves, l'enregistrement de la marque COTE ARGUS ne signifie pas que la validité de la marque ne peut plus être remise en cause.

Les décisions judiciaires réformant les positions prises par l'INPI sont légion.

Au cas particulier du terme ARGUS, l'on rappellera que la Cour de cassation a été amenée à se prononcer sur la validité de la marque « ARGUS » et qu'aux termes de sa décision en date du 23 janvier 2007 rendue à l'égard de la société SNEEP, la Cour a jugé que le terme «argus » ne pouvait être examiné comme une marque protégée dans la mesure où « il était passé dans le langage courant et qu'il était aussi utilisé dans d'autres domaines, tels ceux des assurances ou

encore de la presse ».

Cet arrêt est venu confirmée la position prise par :

- la Cour d'appel de PARIS dans deux arrêts rendus les 24 mars 1986 et 19 novembre 2004,
- le Tribunal de commerce de PARIS en avril 2003.

Ainsi, la réunion de deux termes reprenant à l'identique, le genre et la définition du service proposé dénués chacun de toute distinctivité, utilisés dans leur sens commun et sans aucun caractère d'aléa ou de fantaisie, constitue un signe lui-même dépourvu de toute distinctivité. Au vu de ce qui précède, il est manifeste que la marque "COTE ARGUS" déposée par la société SNEEP ne répond pas aux critères fixés par l'article L 711-2 du Code de la Propriété Intellectuelle.[...]

Il n'est pas légitime au vu du principe de liberté du commerce de réserver l'usage d'une dénomination nécessaire au profit d'une seule entreprise créant ainsi un désavantage évident dans la concurrence.

[...]

Il ne peut être approuvé que la marque COTE ARGUS puisse permettre d'évincer de la concurrence, tous les opérateurs qui souhaitent, sans protéger leurs droits par un dépôt de marque, utiliser les déclinaisons des termes cote et argus telles que coteargus, cote-argus, cotargus, la-cote-argus et autres...

Cette désignation est nécessaire pour désigner des prestations de renseignements sur l'estimation de la valeur d'un bien ou d'un service et ce, quelque soit le domaine auquel appartient le bien et le service [...]

A cet égard, il n'est pas anormal de constater que depuis plusieurs années, de nombreuses entreprises emploient les termes combinés « cote argus » pour désigner leurs services, notamment sur les pages du moteur de recherches Google. Ce qui est en fait, logique puisqu'elle est nécessaire pour désigner les services invoqués.

Le Tribunal de grande instance de NANTERRE considère qu'il était possible d'utiliser à titre de nom de domaine des termes employés communément et qu'il n'était pas possible d'opposer une marque.

S'agissant du terme « e-learning », les juges de la deuxième chambre du Tribunal de grande instance de NANTERRE dans une décision du 19 janvier 2001 ont en effet, considéré qu'«admettre la protection d'une telle marque reviendrait à ouvrir à la société E-learning, la possibilité d'innombrables actions en contrefaçon contre les utilisateurs de ce terme dans le domaine de la formation à distance, ce qui est absurde étant donné sa généralisation » (TGI Nanterre 2ième ch., 19 novembre 2001, SA E-learning c/ Sté Elearning Agency et Philippe L...) Pour toutes ces raisons, la société MUSE MEDIA conteste vigoureusement la validité de la marque dont la société SNEEP entend se prévaloir auprès de l'AFNIC et confirme son intérêt légitime sur le nom de domaine, objet du litige.

III/ Sur la bonne foi de la société MUSE MEDIA

L'on rappellera que la preuve de la mauvaise foi du titulaire du nom de domaine contesté est un élément déterminant dans la recevabilité d'une requête (eRésolution n°AF-0100 du 3 février 2000).

Aussi, il revient à la société SNEEP de rapporter la preuve de la mauvaise foi du titulaire du nom de domaine tant pour ce qui concerne l'enregistrement du nom que pour son utilisation.

Dans le cas présent, la société MUSE MEDIA n'a jamais enregistré le nom de domaine www.la-cote-argus.fr aux fins de :

- vendre, de louer ou de céder d'une autre manière l'enregistrement de ces noms de domaine au requérant ou à un concurrent de celui-ci,
- empêcher le propriétaire de la marque de produits ou de services de reprendre sa marque sous forme de nom de domaine,
- perturber les opérations commerciales d'un concurrent,
- attirer, à des fins lucratives, les utilisateurs de l'Internet sur un site Web ou autre espace en

ligne lui appartenant, en créant une probabilité de confusion avec la marque du requérant.

La société MUSE MEDIA a enregistré le nom de domaine, objet du litige dans le but de pouvoir renseigner des internautes, sur la cotation des automobiles.

En optant pour le nom de domaine susvisé, la société MUSE MEDIA n'a jamais cherché en outre, à capter le fruit des investissements du Requérant. Elle a tout simplement employé une expression du langage courant pour désigner son site Internet.

[...]

A plus forte raison, le Requérant et le Défendeur ne sont pas des concurrents directs.

Les services du Titulaire du nom de domaine ne s'adressent en effet qu'aux professionnels ayant souscrit un abonnement Internet auprès de France TELECOM alors que le Requérant vise tous les internautes (particuliers, professionnels, administrations...) et ce quelque soit leur opérateur.

Non seulement les modes de facturation diffèrent en fonction des sites (paiement à la durée pour le Défendeur contre paiement à la côte pour le Requérant) mais également les modes d'évaluation des véhicules sont clairement distincts.

C'est ainsi, comme l'indique le site Internet du Requérant <www.l'argus.fr> que : « La Cote Argus n'est en aucun cas comparable à celle des différents acteurs du marché. La Cote Argus est complémentaire à celle de nos concurrents.

Quand les autres cotes fournissent une moyenne des prix de vente affichés sur leurs sites, la valeur communiquée par nos experts correspond à une évaluation d'un véhicule dans son « état standard » et requiert des moyens importants : en recherche et développement, en système d'information et en compétences humaines.»

De plus fort, les captures d'écrans des sites des parties fournies à l'appui des présentes mettent clairement en exergue l'absence de risque de confusion entre les services de la société MUSE MEDIA et ceux de l'ARGUS AUTOMOBILE dans l'esprit du public.

Or, le risque de confusion doit être, avec certitude, caractérisé pour démontrer la mauvaise foi du titulaire du nom de domaine (Décision de l'AFNIC au sujet du nom de domaine petitbeguin.fr - Demande n°FR-2011-00005).

[...]

Concernant la décision du 26 décembre 2011 de l'OMPI citée par le requérant, celle-ci ne peut valoir jurisprudence.

En effet, dans une célèbre décision "Pages Jaunes", la Commission administrative de l'OMPI a rejeté la plainte formée par France Telecom à l'encontre du déposant des noms de domaines "pagesjaunes.com" et "pagesjaunes .net", au motif que la marque "Pages Jaunes" était descriptive et dès lors banal, lui permettant ainsi de juger de la bonne foi du défendeur.

En refusant de prendre en compte la descriptivité des termes combinés "cote argus", l'expert désigné par l'OMPI a violé la propre jurisprudence de l'OMPI.

Enfin, contrairement à ce que prétend le Requérant, le Défendeur n'a pas manqué de répondre à la mise en demeure du conseil du Requérant datée du 10 octobre 2011. C'est ainsi que le Défendeur par l'intermédiaire de son conseil a adressé au Requérant un courrier en date du 26 octobre 2011 aux termes duquel il conteste fermement l'ensemble des griefs qui lui sont reprochés.

[...]

L'on comprend en effet, aisément qu'à travers le dépôt de la marque COTE ARGUS en juin 2007, la société SNEEP cherche uniquement à gêner tout éventuel concurrent et ce, par un obstacle juridique illégitime.

Un tel procédé constitue clairement un détournement du droit des marques.

En déposant à titre de marque, les termes combinés « cote argus » nécessaires pour désigner un service qui fournit des informations et/ou renseignements sur l'estimation de la valeur d'un bien ou d'un service dans de nombreux domaines, la SNEEP a tenté de s'assurer un monopole en empêchant tout concurrent potentiel d'utiliser ce type de combinaison pour exploiter le service correspondant.

[...]

En conclusion, la société MUSE MEDIA sollicite le rejet de la demande de transmission du nom de domaine objet du litige, au profit de la société SNEEP. »

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,

Le Collège a évalué :

i. L'existence d'une procédure judiciaire

Au vu des éléments fournis par le Titulaire, le Collège a constaté qu'au moment du dépôt de la demande une procédure judiciaire était en cours devant le Tribunal de Toulouse.

Dès lors, conformément aux articles I.iv et II.ii du Règlement Syreli, le Collège SYRELI rejette la demande.

V. Décision

Le Collège a décidé de refuser la transmission du nom de domaine <la-cote-argus.fr> au profit du Requérent.

VI. Exécution de la décision

Conformément à l'article (II) (ix) 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) (viii) 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 2 avril 2012

Membres du Collège :

Mathieu WEILL
Isabel TOUTAUD
Loïc DAMILAVILLE

Rapporteur du Collège :

Floriane DUEL

