

SYRELI



afnic
Internet
made in France

DÉCISION DE L'AFNIC

michellin.fr

Demande n° FR-2025-04564



www.afnic.fr | contact@afnic.fr
Twitter : @AFNIC | Facebook : afnic.fr

I. Informations générales

i. Sur les parties au litige

Le Requéranant : La société Compagnie Générale des Etablissements Michelin

Le Titulaire du nom de domaine : La société European Internet Agency LTD

ii. Sur le nom de domaine

Nom de domaine objet du litige : michellin.fr

Date d'enregistrement du nom de domaine : 13 août 2009

Le nom de domaine a fait l'objet d'un renouvellement postérieurement au 1er juillet 2011

Date d'expiration du nom de domaine : 01 juin 2026

Bureau d'enregistrement : RegistryGate GmbH

II. Procédure

Une demande déposée par le Requéranant auprès de l'Afnic a été reçue le 03 octobre 2025 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 :

- o Le formulaire de demande est dûment rempli.
- o Les frais de Procédure ont été réglés par le Requéranant.
- o Le nom de domaine est actif.
- o Le nom de domaine a été créé ou renouvelé postérieurement au 1er juillet 2011.
- o 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 17 octobre 2025.

Le Titulaire n'a pas adressé de réponse à l'Afnic.

Le Collège SYRELI de l'Afnic (ci-après dénommé le Collège) composé de Loïc DAMILAVILLE (membre titulaire), Marianne GEORGELIN (membre titulaire) et Régis MASSÉ (membre titulaire) s'est réuni pour rendre sa décision le 18 novembre 2025.

III. Argumentation des parties

i. Le Requéranant

Selon le Requéranant, l'enregistrement ou le renouvellement du nom de domaine <michellin.fr> par le Titulaire est « susceptible de porter atteinte à des droits de propriété

intellectuelle ou de la personnalité » et 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 Requéranant a fourni des pièces accessibles aux deux parties sur lesquelles le Collège s'appuiera afin d'étayer ses constatations au regard de l'argumentation.

Dans sa demande, le Requéranant indique que :

[Citation complète de l'argumentation]

« Motif de la demande

I. Mesure de réparation demandée : la transmission du nom de domaine objet du litige

II. L'enregistrement du nom de domaine par le titulaire constitue une violation des dispositions :

- a. De l'article L-45 du Code des Postes et des Télécommunications Electroniques conformément à l'article II) vi) b° du règlement ;
- b. Des articles L.713-3 et L713-5 du Code de la propriété intellectuelle ;
- c. De l'article 1240 du Code civil ;
- d. des articles 313-1, 313-2 et 313-3 du Code pénal ;
- e. de l'article 226-4-1 du Code pénal, créé par l'article 2 de la loi n° 2011-267 du 14 mars 2011 d'orientation et de programmation pour la performance de la sécurité intérieure ;

A/ Le Requéranant dispose d'un intérêt à agir

La société requérante est la Compagnie Générale des Établissements Michelin (« Michelin »), leader mondial dans le domaine des pneumatiques. Michelin se consacre à l'amélioration durable de la mobilité de ses clients, en concevant et en distribuant les pneumatiques, services et solutions les plus adaptés à leurs besoins, en fournissant des services numériques, cartes et guides afin d'enrichir et de rendre uniques les voyages, et en développant des matériaux de haute technologie destinés à l'industrie de la mobilité.

Le siège de Michelin est situé à Clermont-Ferrand, France. La société est présente dans 170 pays, emploie plus de 129 800 personnes et exploite 128 usines de fabrication de pneumatiques et agences commerciales dans 26 pays (Annexe 2).

Depuis 1889, Michelin innove sans cesse pour faciliter la mobilité des personnes et des biens, contribuant ainsi aux progrès de l'humanité. Aujourd'hui, le Groupe est le leader technologique des pneumatiques pour tout type de véhicule et met à profit son expertise dans les matériaux de haute technologie pour offrir des services et solutions qui augmentent l'efficacité des déplacements, ainsi que des produits permettant aux clients de vivre des expériences de mobilité uniques (Annexe 2).

La marque MICHELIN est la marque de pneumatiques la plus vendue au monde et constitue la première source d'innovation dans l'industrie mondiale du pneumatique. En outre, Michelin a été désignée comme le « Best Large Employer » n°1 aux États-Unis dans le classement 2023 du magazine Forbes (« America's Best Large Employers »), et a reçu 88 récompenses J.D. Power & Associates pour la qualité initiale, soit quatre fois plus que l'ensemble des autres fabricants de pneumatiques réunis, se classant également premier dans la catégorie « original equipment tires » aux États-Unis pour l'année 2018 (Annexe 2).

Le Guide MICHELIN a été lancé en 1920 afin d'aider les automobilistes à planifier leurs

voyages — ce qui a contribué à stimuler les ventes de voitures et, par conséquent, de pneumatiques. En 1926, le Guide a commencé à attribuer des étoiles aux établissements de restauration, marquant d'abord les meilleurs d'une seule étoile. Cinq ans plus tard, une hiérarchie à zéro, une, deux ou trois étoiles a été introduite, et en 1936, les critères de classement ont été publiés. Pour la première fois, le Guide MICHELIN intégrait également une liste d'hôtels à Paris, des listes de restaurants par catégorie, et supprimait toute publicité payante. Durant le reste du XXe siècle, grâce à son sérieux et à son approche unique, les Guides MICHELIN sont devenus des best-sellers sans équivalent : ils couvrent aujourd'hui plus de 30 000 établissements dans plus de 30 territoires sur trois continents, et plus de 30 millions d'exemplaires ont été vendus dans le monde (Annexe 2).

Le requérant est également présent au Royaume-Uni, lieu où serait situé le défendeur, avec un nombre important de restaurants étoilés MICHELIN.

Dès lors que le Requérant a eu connaissance de l'enregistrement du nom de domaine litigieux, il a pris les mesures adéquates pour remédier à la situation.

Ainsi, et avant d'introduire la présente action, le Requérant a adressé une lettre de mise en demeure au du réservataire, le 14 août 2025, afin de tenter d'obtenir le transfert sans frais dudit nom de domaine (Annexe 3).

Après plusieurs relances, le Requérant n'a jamais eu aucun retour de la part du Défendeur (Annexe 3).

De plus, d'après les recherches du Requérant sur le Défendeur, la société European Internet Agency LTD, il apparaît que sur les bases de données Whois, la société European Internet Agency LTD s'est identifiée à une adresse située 3 quai Kleber, à Strasbourg, en France (Annexe 1).

Cependant, aucune société française n'est identifiable sur les bases de données Infogreffe et une recherche sur Google Maps ne permet pas d'identifier de société European Internet Agency LTD qui serait établie au 3 quai Kleber à Strasbourg sur Google (Annexe 4).

Suite à des recherches complémentaires, il apparaît qu'une société European Internet Agency LTD est enregistrée au Royaume-Uni depuis le 17 novembre 2006 sous le numéro 06001421 pour une activité de « autres activités professionnelles, scientifiques et techniques non classées » (Annexe 4).

Les recherches effectuées sur le moteur de recherche Google ne permettent pas d'identifier avec précision cette société et son activité.

Toutefois, sur le registre des sociétés anglaises, des éléments troublants sont à noter : cette société a fait l'objet de plusieurs demandes de radiation (Annexe 4).

Le Requérant a alors décidé d'engager directement une procédure Syreli auprès de l'AFNIC afin de requérir le transfert du nom de domaine litigieux.

Le Requérant est titulaire de plusieurs enregistrements de marque portant sur la dénomination MICHELIN, notamment (Annexe 5) :

- Marque de l'Union européenne « MICHELIN » n° 001791243, en date du 3 août 2000, dûment renouvelée, couvrant des produits en classes 6, 7, 12, 17, 28.

- Marque de l'Union européenne « MICHELIN » n° 004836359, en date du 4 janvier 2006, dûment renouvelée, couvrant des produits et services en classes 1, 3, 5, 6, 7, 8, 9, 11, 12, 14, 16, 17, 18, 20, 21, 24, 25, 26, 28, 34 et 39.
- Marque française « MICHELIN » n° 4826205, en date du 15 décembre 2021, couvrant des produits et services en classes 6, 7, 9, 12, 16, 20, 35, 37, 39, 41 et 42.
- Marque du Royaume Uni « MICHELIN » n° UK00000691700, en date du 23 août 1950, dûment renouvelée et couvrant des produits en classe 12.

En outre, le Requéant est également titulaire de plusieurs noms de domaine parmi lesquels (Annexe 6) :

- <michelin.fr> enregistré le 21 juillet 2008 ;
- <viamichelin.fr> enregistré le 1 août 2008 ;

Les droits du Requéant sont donc antérieurs au nom de domaine litigieux enregistré le 13 août 2009.

Au regard de ces éléments, le Requéant dispose d'un intérêt à agir à l'encontre du nom de domaine <michellin.fr >.

B/ Le nom de domaine litigieux est susceptible de porter atteinte aux droits de propriété intellectuelle du Requéant

Le nom de domaine contesté reproduit quasiment à l'identique la marque notoire « MICHELIN » du Requéant, dont la renommée a été reconnue à plusieurs reprises par les experts dans diverses décisions extrajudiciaires. L'ajout d'une lettre « l » dans le signe ne suffit nullement à écarter le risque de confusion. Bien au contraire, il constitue une pratique manifeste de typosquatting, ayant pour but de tromper les internautes en utilisant leurs éventuelles fautes de frappe. Cette technique accentue la confusion en conduisant les internautes à penser que le nom de domaine litigieux a été enregistré par le Requéant, ou à tout le moins par une entité placée sous son contrôle ou liée à lui.

Sur le fondement des Principes directeurs, de nombreuses décisions ont considéré que l'usage d'une marque reproduite quasiment à l'identique au sein d'un nom de domaine peut être suffisant pour établir qu'un nom de domaine est identique ou similaire, au point de prêter à confusion avec la marque enregistrée du Requéant. Le doublement de la lettre « L » n'écarter pas le risque de confusion (DÉCISION SYRELI DE L'AFNIC – Demande n° FR-2025-04454 – Annexe 7).

Enfin, l'extension géographique « .fr » ne suffit pas à différencier le nom litigieux de la marque « MICHELIN » du Requéant. En effet, il a été reconnu que l'extension en « .fr » d'un nom de domaine n'est pas un élément distinctif à prendre en considération lors de l'évaluation du risque de confusion entre la marque et le nom litigieux dans la mesure où il s'agit d'un élément technique nécessaire pour l'enregistrement du nom (Décision SYRELI de l'AFNIC, FR-2014-00770 – Annexe 8).

Pour toutes les raisons citées ci-dessus, le nom de domaine est semblable, au point de prêter à confusion, aux marques « MICHELIN » sur lesquelles le Requéant a des droits.

C/ Le titulaire du nom de domaine ne justifie d'aucun intérêt légitime

Le Défendeur n'est ni affilié au Requéant, ni autorisé par le Requéant à enregistrer ou à utiliser les marques MICHELIN ou encore à demander l'enregistrement d'un nom de domaine incorporant ces marques.

En outre, à la connaissance du Requéant, le Défendeur n'a, jusqu'à présent, ni utilisé, ni apporté de preuve de préparatifs pour l'usage du nom de domaine - ou d'un nom correspondant à celui-ci - en relation avec une offre de bonne foi, de biens ou de services. En effet, le nom de domaine pointe vers une page indiquant « The content of the page cannot be displayed » (traduction française « le contenu de la page ne peut pas être affiché ») (Annexe 1). Une telle utilisation du nom de domaine ne peut constituer un intérêt légitime.

L'enregistrement des marques du Requéant précédant l'enregistrement du nom de domaine en cause (Annexes 1 et 5), le Défendeur ne peut avoir de droits ou intérêts légitimes sur le nom de domaine litigieux.

Le nom de domaine contesté reproduit quasiment à l'identique la marque notoire « MICHELIN » du Requéant, dont la renommée a été reconnue à plusieurs reprises par les experts dans diverses décisions extrajudiciaires. L'ajout d'une lettre « l » constitue une pratique manifeste de typosquatting, ayant pour unique but de tromper les internautes en utilisant leurs éventuelles fautes de frappe. Ainsi, le Défendeur ne peut raisonnablement prétendre qu'il avait l'intention de développer une activité légitime.

Pour les raisons citées ci-dessus, il est sans aucun doute établi que le Défendeur n'a aucun droit ni intérêt légitime à l'égard du nom de domaine en litige.

D/ Le titulaire du nom de domaine litigieux agit de mauvaise foi

1/ L'enregistrement du nom de domaine litigieux de mauvaise foi

En ce qui concerne l'enregistrement de mauvaise foi, il apparaît évident qu'au moment où le Défendeur a enregistré le nom de domaine, il savait que le Requéant était titulaire de la marque MICHELIN.

La mauvaise foi peut résulter du fait que le nom de domaine est identique ou ressemble au point de prêter à confusion à une marque notoire, et il est extrêmement improbable qu'un tiers choisisse par hasard un nom quasiment identique à cette marque au point de prêter à confusion à titre de nom de domaine. Or, la marque MICHELIN est très connue dans le monde et plus encore en France (Annexe 2).

Il n'a donc pu enregistrer le nom de domaine « michellin.fr » qu'en anticipant une erreur des internautes, qui ajouteraient un « l » au sein du signe « Michelin ».

Au demeurant, la mauvaise foi de la société European Internet Agency Ltd est incontestable en ce qu'elle a déposé par ailleurs plusieurs noms de domaine, qui sont constitutifs de tentatives de typosquatting de signes notoires tels que <ursaf.fr> ; « goocle.fr » ; « cdiscoun.fr » ou « adiddas.fr ».

Il semble impossible que le Défendeur, ait pu ignorer l'existence du Requéant et de sa marque MICHELIN au moment où il a enregistré le nom de domaine litigieux.

De plus, la mauvaise foi du Défendeur est caractérisée par le fait qu'il n'a jamais répondu aux tentatives de résolution à l'amiable du litige, initiées par le Requéant (Annexe 3).

Toutes les circonstances mentionnées ci-dessus confirment que le nom de domaine litigieux a été enregistré de mauvaise foi.

2/ L'utilisation du nom de domaine litigieux de mauvaise foi

Un certain nombre d'éléments peut être mis en avant afin de démontrer que le Défendeur utilise également le nom de domaine litigieux de mauvaise foi.

Ce nom de domaine reproduit quasiment à l'identique la marque MICHELIN du Requéant qui bénéficie d'une grande reconnaissance auprès du public. L'utilisation d'un nom de domaine reproduisant une marque notoire par une personne sans lien avec le titulaire de la

marque ne peut que suggérer la mauvaise foi.

Le Défendeur qui ne dispose d'aucun droit ou intérêt sur le nom de domaine en cause, et en l'absence de licence ou d'autorisation de la part du Requérant, ne peut prétendre qu'il comptait utiliser le nom de domaine litigieux, en relation avec une offre de bonne foi de biens ou de services (Décision SYRELI de l'AFNIC, FR-2016-01198 ; Décision SYRELI de l'AFNIC, FR-2016-01256 - Annexe 9). Aucun usage de bonne foi du nom de domaine n'apparaît possible. Un tel usage est d'ailleurs susceptible de créer pour les internautes un risque de confusion ou d'association avec le Requérant.

Par ailleurs, le fait que le nom litigieux ne soit pas exploité et fasse l'objet d'une détention passive démontre que le Défendeur n'a pas enregistré le nom de domaine litigieux en vue de l'exploiter effectivement.

Par cette seule exploitation d'un nom de domaine reprenant une marque antérieure notoire, le Titulaire du nom de domaine litigieux démontre sa mauvaise foi et son intention malicieuse :

- de tromper les internautes qui, en saisissant « michellin.fr » au lieu de « michelin.fr » dans la barre d'adresse ou dans un moteur de recherche, pensent accéder au site officiel du Requérant afin de se renseigner sur ses activités, produits ou services ;
- d'usurper et de parasiter les droits du Requérant sur sa marque notoire MICHELIN, mondialement reconnue, et ainsi détourner le trafic généré par cette marque ;
- de nuire aux intérêts du Requérant et de porter atteinte à sa réputation, l'internaute étant induit en erreur en arrivant sur un site qui n'émane pas du Requérant et pouvant croire, à tort, que le site officiel de Michelin est inexistant ou défaillant.

En conséquence, il est établi que le Défendeur a enregistré et utilisé le nom de domaine <michellin.fr> de mauvaise foi.

E/ Mesure de réparation demandée

Le Requérant demande à ce que le nom de domaine <michellin.fr> lui soit transféré.

ANNEXES

Annexe 1 : Recherches Whois, pointage et serveur de mails du nom de domaine <michellin.fr > datant du 30 juillet 2025 et du 2 octobre 2025 ;

Annexe 2 : Informations sur le Requérant ;

Annexe 3 : Lettre et relances envoyées au Défendeur par le Requérant ;

Annexe 4 : Informations sur le Défendeur ;

Annexe 5 : Les marques du Requérant

Annexe 6 : Les noms de domaine du Requérant ;

Annexe 7 : Décision SYRELI de L'AFNIC – Demande n° FR-2025-04454

Annexe 8 : Décision SYRELI de l'AFNIC, FR-2014-00770

Annexe 9 : Décision SYRELI de l'AFNIC, FR-2016-01198 ; Décision SYRELI de l'AFNIC, FR2016-01256 ».

Le Requérant a demandé, à titre principal, la transmission du nom de domaine et, à titre subsidiaire, sa suppression.

ii. Le Titulaire

Le Titulaire n'a pas adressé de réponse à l'Afnic.

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 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'intérêt à agir du Requérant

Au regard des notices complètes de marque (*annexe 5*) et des extraits de base Whois (*annexe 6*) fournis par le Requérant, le Collège constate qu'au moment du dépôt de la demande, le nom de domaine <michellin.fr> est quasi-identique :

- Aux marques suivantes du Requérant :
 - La marque verbale de l'Union européenne « MICHELIN » numéro 001791243 enregistrée le 03 août 2000 et régulièrement renouvelée pour les classes 6, 7, 12, 17 et 28 ;
 - La marque verbale de l'Union européenne « MICHELIN » numéro 004836359 enregistrée le 13 mars 2008 et régulièrement renouvelée pour les classes 1, 3, 5, à 9, 11, 12, 14, 16,17, 18, 20, 21, 24, 25, 26, 28, 34 et 39 ;
 - La marque verbale française « MICHELIN » numéro 4826205 enregistrée le 15 décembre 2021 pour les classes 6 ; 7 ; 9 ; 12 ; 16 ; 20 ; 35 ; 37 ; 39 ; 41 ; 42 ;
- Aux noms de domaine enregistrés par le Requérant :
 - <michelin.fr> enregistré le 21 juillet 2008 ;
 - <viamichelin.fr> enregistré le 01 août 2008.

Le Collège a donc considéré que le Requérant avait un intérêt à agir.

ii. L'atteinte aux dispositions de l'article L.45-2 du CPCE

a. Atteinte aux droits invoqués par le Requérant

Le Collège constate que le nom de domaine <michellin.fr> est quasi-identique aux marques antérieures du Requérant et notamment à la marque verbale de l'Union européenne « MICHELIN » numéro 001791243 enregistrée le 03 août 2000 car il est composé de la reprise à l'identique de ladite marque avec l'ajout d'une deuxième lettre « L ».

Le Collège a donc considéré que le nom de domaine était susceptible de porter atteinte aux droits de propriété intellectuelle du Requérant.

Conformément à l'article L. 45-2 du CPCE cité ci-dessus, le Collège s'est ensuite posé la question de savoir si le Requérant avait apporté la preuve de l'absence d'intérêt légitime ou de la mauvaise foi du Titulaire.

b. La preuve de l'absence d'intérêt légitime ou de la mauvaise foi du Titulaire

Le Collège constate que :

- Le Requéant, la société Compagnie Générale des Etablissements Michelin se présente comme le leader mondial dans le domaine des pneumatiques ; il fournit « des services numériques, cartes et guides afin d'enrichir et de rendre uniques les voyages, et en développant des matériaux de haute technologie destinés à l'industrie de la mobilité » ;
- Le Requéant est présent dans 170 pays, emploie plus de 129 800 personnes et exploite 128 usines de fabrication de pneumatiques et agences commerciales (annexe 2) dans 26 pays ;
- Le Requéant « détient le meilleur indicateur de puissance de Marque (Brand Power Score2) au sein des marques de pneumatiques, notamment en Chine, en Espagne, en France et en Thaïlande... Reconnue comme l'une des 100 entreprises les plus innovantes dans le monde (Clarivate Top 100 Global Innovators), Michelin se hisse également dans le top 100 du palmarès mondial Forbes 2023, qui évalue les employeurs offrant les meilleures conditions de travail » (annexe 2) ;
- Le Requéant est titulaire de plusieurs marques et noms de domaine reprenant le terme « MICHELIN » (annexes 5 et 6) ;
- Le Requéant indique que le Titulaire « n'est ni affilié [à lui], ni autorisé par [ce dernier] à enregistrer ou à utiliser les marques MICHELIN ou encore à demander l'enregistrement d'un nom de domaine incorporant ces marques » ;
- Après plusieurs recherches sur le moteur de recherche Google et la base de données Infogreffe, le Requéant n'a trouvé aucun résultat permettant d'identifier de société European Internet Agency LTD qui serait établie au 3 quai Kleber à Strasbourg, adresse postale du Titulaire (annexe 3) ;
- Le nom de domaine <michellin.fr> est quasi-identique aux marques antérieures du Requéant et notamment à la marque verbale de l'Union européenne « MICHELIN » numéro 001791243 enregistrée le 03 août 2000 car il est composé de la reprise à l'identique de ladite marque avec l'ajout d'une deuxième lettre « L » ; l'ajout de la seconde lettre « L » est une des caractéristiques de « typosquatting » ayant pour but de tromper les internautes par confusion visuelle et en utilisant leurs éventuelles fautes de frappe ;
- Le 14 août 2025, le représentant légal du Requéant a adressé un courriel de mise en demeure au Titulaire, lui demandant la transmission du nom de domaine <michellin.fr> (annexe 3) ;
- Le 02 octobre 2025 (annexe 1) :
 - Le nom de domaine <michellin.fr> renvoie vers une page indiquant « The content of the page cannot be displayed » ;
 - Des serveurs de messagerie sont configurés sur le nom de domaine <michellin.fr>.

Le Collège a ainsi considéré que les pièces fournies par le Requéant permettaient de conclure que le Titulaire ne pouvait ignorer l'existence et les droits du Requéant et qu'il avait enregistré le nom de domaine <michellin.fr> dans le but de profiter de la renommée du Requéant en créant un risque de confusion dans l'esprit des consommateurs.

Le Collège a donc conclu que le Requérant avait apporté la preuve de l'absence d'intérêt légitime et de la mauvaise foi du Titulaire telles que définies à l'article R. 20-44-46 du CPCE et a décidé que le nom de domaine <michellin.fr> ne respectait pas les dispositions de l'article L.45-2 du CPCE.

V. Décision

Le Collège a décidé d'accepter la demande de transmission du nom de domaine <michellin.fr> au profit du Requérant, la société Compagnie Générale des Etablissements Michelin.

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.

À Guyancourt, le 26 novembre 2025

Pierre BONIS - Directeur général de l'Afnic

