



DÉCISION DE L'AFNIC

lebonartisan.fr

Demande n° FR-2017-01438

I. Informations générales

i. Sur les parties au litige

Le Requérant : La société SCHIBSTED FRANCE

Le Titulaire du nom de domaine : La société FREEJOB.FR

ii. Sur le nom de domaine

Nom de domaine objet du litige : lebonartisan.fr

Date d'enregistrement du nom de domaine : 15 juin 2009

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

Date d'expiration du nom de domaine : 08 avril 2018

Bureau d'enregistrement : OVH

II. Procédure

Une demande déposée par le Requérant auprès de l'Afnic a été reçue le 30 août 2017 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 Requérant.

- Le nom de domaine est actif.
- Le nom de domaine a été créé ou renouvelé postérieurement au 1^{er} 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 septembre 2017.

Le Titulaire a adressé une réponse à l'Afnic le 19 septembre 2017.

Le Collège SYRELI de l'Afnic (ci-après dénommé le Collège) composé de Marine CHANTREAU (membre suppléant), Loïc DAMILAVILLE et Isabel TOUTAUD (membres titulaires) s'est réuni pour rendre sa décision le 19 octobre 2017.

III. Argumentation des parties

i. Le Requérant

Selon le Requérant, l'enregistrement ou le renouvellement du nom de domaine <lebonartisan.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 Requérant a fourni les pièces suivantes :

- Extrait Kbis daté du 28 août 2017 de la société SCHIBSTED FRANCE immatriculée le 13 juillet 2006 sous le numéro 490 072 063 au R.C.S. de Paris ;
- Diverses notices complètes de marques appartenant au Requérant et notamment :
 - o Notice complète de la marque française « le bon coin » enregistrée le 7 avril 2006 sous le numéro 3421864 et dûment renouvelée 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 ;
 - o Notice complète de la marque française « leboncoin.fr vendez achetez, près de chez vous » enregistrée le 03 mars 2011 sous le numéro 3811306 pour les classes 9, 16, 35, 36, 38, 39, 40, 41, 42 et 45 par la société SCM France SAS ayant fait l'objet d'un changement de dénomination sociale le 26 décembre 2012 pour devenir SCHIBSTED France ;
 - o Notice complète de la marque de l'Union européenne « leboncoin.fr » enregistrée le 28 avril 2014 sous le numéro 012827358 pour les classes 9, 35, 36 et 38 par la société SCHIBSTED France ;
- Extraits de la base Whois de noms de domaine enregistrés par le Requérant et notamment :
 - o <leboncoin.fr> enregistré le 15 janvier 2007 ;
 - o <leboncoin.com> enregistré le 16 mars 2006.
- Captures d'écran du site internet vers lequel renvoie le nom de domaine <leboncoin.fr> et notamment d'annonces ayant trait à des prestations de services telles que « ravalement de façade », « artisan électricien plombier maçon », « artisan pro ou retraité pour finition isolation » ;
- Extrait de la base Whois du nom de domaine <lebonartisan.fr> enregistré le 15 juin 2009 par la société FREEJOB.FR ;
- Extrait de la base Whois de noms de domaine enregistrés par la société CLIEN'TEL et notamment :
 - o <lebondecorateur.fr> enregistré le 23 décembre 2013 ;
 - o <lebonpaysagiste.fr> enregistré le 17 février 2014 ;
 - o <lebonartisan.pro> enregistré le 20 mai 2015 ;

- Extrait de la base Whois de noms de domaine enregistrés par Monsieur R., gérant de la société CLIEN'TEL et notamment :
 - o <lebonartisan.com> enregistré le 05 septembre 2013
- Captures d'écran du site internet vers lequel renvoie le nom de domaine <lebonartisan.fr> ;
- Capture d'écran de la page « Mentions légales » du site internet vers lequel renvoie le nom de domaine <lebonartisan.fr> ;
- Capture d'écran, extraite du site internet <https://web.archive.org> vers lequel renvoyait le nom de domaine <lebonartisan.fr> en date du 12 juillet 2012 ;
- Fiche de renseignement extraite le 29 août 2017 du site web <http://www.societe.com> sur la société FREEJOB.FR immatriculée le 28 juillet 2006 sous le numéro 491 269 098 ;
- Fiche de renseignement extraite le 29 août 2017 du site web <http://www.societe.com> sur la société CLIEN'TEL (LE BON ARTISAN) immatriculée le 26 novembre 2010 sous le numéro 528 584 717 et dont le gérant est Monsieur R. ;
- Captures d'écran de l'article intitulé « Les 100 sites Internet les plus visités en France » paru le 13 juillet 2009 sur le site internet <http://www.paperblog.fr> ;
- Le Top 10 des sites préférés dans les catégories « Annonces » et « Maison » dont la source et l'année de parution ne sont pas indiquées ;
- Capture d'écran du 29 août 2017 de la page internet « LEBONCOIN AUJOURD'HUI C'EST ... » du site <https://corporate.leboncoin.fr>
- Captures d'écran du classement NetObserver® « TOP 10 » des sites préférés des internautes français pour la session printemps et automne 2014, et notamment pour les catégories suivantes :
 - o Top 10 des sites/services préférés dans la catégorie « vente de produits et services culturels » ;
 - o Top 10 des sites préférés dans la catégorie « vente de produits multimédia » ;
 - o Top 10 des sites préférés dans la catégorie « comparateurs de prix, site d'avis de consommateurs » ;
 - o Top 10 des sites préférés dans la catégorie « bons plans » ;
 - o Top 10 des sites préférés dans la catégorie « emploi, carrières » ;
 - o Top 10 des sites préférés dans la catégorie « radios » ;
 - o Top 10 des sites préférés dans la catégorie « guide/conseils pratiques du quotidien » ;
 - o Top 10 des sites préférés dans la catégorie « sciences et environnement » ;
 - o Top 10 des sites préférés dans la catégorie « vente de vêtements, chaussures et accessoires » ;
 - o Top 10 des sites préférés dans la catégorie « TV (chaînes ou programmes) » ;
 - o Top 10 des sites préférés dans la catégorie « cuisine, gastronomie » ;
 - o Top 10 des sites préférés dans la catégorie « voyages-tourisme » ;
 - o Top 10 des sites préférés dans la catégorie « cinéma » ;
 - o Top 10 des sites préférés dans la catégorie « guide de sorties et loisirs » ;
 - o Top 10 des sites préférés dans la catégorie « informatique, high-tech » ;
 - o Top 10 des sites préférés dans la catégorie « féminin » ;
 - o Top 10 des sites préférés dans la catégorie « people » ;
- Certification des parts de marché calculées pour LEBONCOIN en France établie par l'institut de sondage TNS SOFRES le 19 février 2013 ;
- Décision de l'INPI du 19 mai 2017 rendue suite à l'opposition formée par le Requérant à l'enregistrement d'une marque « LEBONSTAFF » déposée par la société LE BON STAFF SAS le 02 septembre 2016 ;
- Projet de décision de l'INPI du 11 août 2017 rendu suite à l'opposition formée par le Requérant à l'enregistrement d'une marque « LEBONBRICOL'HEURE » déposée par Monsieur P. le 29 janvier 2017 ;
- Projet de décision de l'INPI du 12 juin 2017 rendu suite à l'opposition formée par le Requérant à l'enregistrement d'une marque « LE BON EMPLOI » déposée par Monsieur L. le 17 novembre 2016 ;

- Projet de décision de l'INPI du 18 octobre 2013 rendu suite à l'opposition formée par le Requérant à l'enregistrement d'une marque « LE BON COUP » déposée par Monsieur O. le 21 mars 2013 ;
- Résultats obtenus après une recherche de marques enregistrées par FREEJOB.FR et par CLIEN'TEL effectuée dans la base INPI ;
- Capture d'écran de pages du site internet <http://www.freejob.fr> et notamment :
 - o « Qui sommes-nous ? » ;
 - o « Mentions légales ».
- Dossier de presse « leboncoin.fr » de décembre 2009 ;
- Divers articles de presse relatifs au Requérant et notamment « Le bon coin, site le plus populaire sur google » paru le 06 décembre 2007 sur le site internet <https://www.challenges.fr> ;
- Copie de l'arrêt rendu par la Cour d'Appel de Lyon, 1ère chambre civile A, le 3 juillet 2014, leboncoin / Le bon coût - RG n° 13/08533 ;
- Courriers de mise en demeure datés des 22 mars et 04 avril 2017, adressés à la société EURL CLIEN'TEL, éditrice du site internet vers lequel renvoie le nom de domaine <lebonartisan.fr>, de cesser l'exploitation des noms de domaine <lebonartisan.pro> et <lebonartisan.fr> ;
- Courrier du représentant du Titulaire, daté du 11 avril 2017, adressé au Requérant en réponse aux courriers de mise en demeure datés des 22 mars et 04 avril 2017.

Dans sa demande, le Requérant indique que :

[Citation complète de l'argumentation]

« Nous vous écrivons en notre qualité de Conseils de la société SCHIBSTED France (Annexe 1 – Extrait K-Bis de la société SCHIBSTED FRANCE).

Cette société a récemment appris qu'un tiers avait réservé, le 15 juin 2009, le nom de domaine lebonartisan.fr (Annexe 2 – Extrait Whois).

Ce nom de domaine a été réservé au nom de la société FREEJOB.FR. Ce tiers n'a pas été autorisé par la société SCHIBSTED FRANCE à réserver ce nom de domaine.

Cette dernière entend donc solliciter le transfert à son profit du nom de domaine litigieux, sur le fondement de l'article L. 45-6 al. 1 du Code des Postes et des Communications Electroniques (CPCE ci-après), lequel dispose que : « Toute personne démontrant un intérêt à agir peut demander à l'office d'enregistrement compétent la suppression ou le transfert à son profit d'un nom de domaine lorsque le nom de domaine entre dans les cas prévus à l'article L. 45-2 ».

L'article L. 45-2, 2° du CPCE dispose quant à lui que : « Dans le respect des principes rappelés à l'article L. 45-1, l'enregistrement ou le renouvellement des noms de domaine peut être refusé ou le nom de domaine supprimé lorsque le nom de domaine est : (...) 2° Susceptible de porter atteinte à des droits de propriété intellectuelle ou de la personnalité, sauf si le demandeur justifie d'un intérêt légitime et agit de bonne foi ».

Il sera ainsi démontré que la société SCHIBSTED FRANCE a un intérêt à agir (1) et que le nom de domaine lebonartisan.fr, qui porte atteinte à ses droits antérieurs (2), a été réservé par la société FREEJOB.FR avec une parfaite mauvaise foi (3). En conséquence, le transfert du nom de domaine litigieux au profit de la société requérante est sollicité.

1. Intérêt à agir de la société SCHIBSTED FRANCE :

L'AFNIC considère traditionnellement que :

« Le requérant dispose d'un intérêt à agir si

1°) il détient un nom de domaine identique, quasi-identique ou similaire sous une autre extension au nom de domaine litigieux ;

2°) il détient un nom de domaine quasi-identique ou similaire sous la même extension que le nom de domaine litigieux ;

3°) il détient une marque, une dénomination sociale, un nom patronymique ou pseudonyme, un titre de propriété (oeuvre, brevet, dessin et modèle, etc.) similaire, identique ou quasi-identique au nom de domaine litigieux ».

Ainsi, si le requérant est titulaire de noms de domaine et de marques similaires au nom de domaine litigieux, il est considéré comme ayant un intérêt à agir.

o Présentation de la société SCHIBSTED FRANCE et de ses marques et noms de domaine

La société SCHIBSTED FRANCE est un acteur totalement incontournable du web français, véritable leader des sites d'annonces gratuites en France à travers son très célèbre site internet leboncoin.fr.

Elle a réservé ce nom de domaine le 15 janvier 2007, nom de domaine qu'elle exploite largement depuis cette date.

Leboncoin.fr a ainsi connu un succès fulgurant : dès fin 2007, « le bon coin » apparaissait comme le site le plus populaire sur Google (Annexe 6, page 9).

En 2009, il s'agissait du 11ème site internet le plus visité en France, devant eBay ! (Annexe 3 – Sites les plus visités en France en 2009 source Alexa). En janvier 2015, leboncoin était déjà la 9e marque digitale (Site + Applications) la plus consultée de France avec 21,976 millions de Visiteurs Uniques mensuels.

A peine un an plus tard, en janvier 2016, leboncoin.fr atteint la 6e position en touchant 23,756 millions de vues. Leboncoin.fr se classe également parmi les « sites préférés des internautes français » selon le baromètre NetObserver :

- 1er site préféré dans la catégorie « Annonces » avec 68,8% des votes (loin devant son plus proche concurrent Seloger qui ne récolte que 4,5% des votes)*

- 3e site préféré dans la catégorie « Maison » avec 7,6% des votes*

→ Source : Harris Interactive – Baromètre NetObserver session Printemps 2016 (Annexe 4)

Aujourd'hui, il s'agit du 4ème site le plus visité en France avec 26,1 millions de visiteurs uniques par mois, soit plus d'1 français sur 2 qui se connecte chaque mois sur le site leboncoin.fr (Annexe 5 – Extrait du site internet leboncoin.fr).

→ Source : Médiamétrie Internet GLOBAL 3 écrans

Leboncoin (Site + Apps sur les 3 écrans) a généré en moyenne en 2017 plus de 6,5 milliards de pages vues par mois.

→ Source : XiTi – Moyenne 1er semestre 2017

Vous trouverez ci-joint de nombreux extraits faisant référence à la marque leboncoin et à son succès tant dans la presse nationale (Aujourd'hui en France, Le Monde, l'Express) que dans la presse spécialisée (Les Echos) et ce, depuis 2007 (Annexe 6 – Articles de presse).

C'est ainsi que le Journal du Net affirmait en 2009 que « en trois ans, leboncoin.fr est devenu le leader des annonces gratuites et bouscule eBay et PriceMinister » et rappelait les clés de son succès (Annexe 6, page 12).

Le magazine E-Commerce rappelait encore en 2013 que « le phénomène Le Bon Coin fera-t-il date dans les annales du Net ? A l'aune du concept « il fallait y penser », qui conclut le concept des idées simples mais géniales, certainement. Car peut-on imaginer plus simple que la création d'un site d'annonces reliant acheteur et vendeur ?

Mais ce sont sans doute les chiffres associés à cette aventure qui marqueront l'histoire dans la sphère digitale. Le Bon Coin a été lancé en 2006. « En 2009, il rassemblait 4 millions de visiteurs uniques par mois. Il en compte 17,5 millions en 2013. Le site a enregistré une croissance de 27% sur 2012 et les prévisions se situent aux alentours de 20% en 2013 » annonce Monsieur J., directeur marketing du site » (Annexe 6, page 31).

Le célèbre magazine Le Monde rappelait quant à lui, en 2013 toujours, que « une telle mixité, sociale et générationnelle, ne se retrouve qu'à la plage, dans les transports en commun et peut-être les lieux de culte. En à peine six ans, Leboncoin.fr est devenu le deuxième site le plus populaire en France en temps passé : 2 heures et 15 minutes en moyenne par internaute et par mois (chiffre Médiamétrie pour octobre 2012). Loin derrière Facebook (5 h 26), dopé par des usages adolescents immodérés, mais devant Google (1 h 48), MSN-Windows Live Messenger (1 h

41), YouTube (1 h 24) ou Ebay (49 minutes). Le site accueille plus de 17 millions de visiteurs uniques chaque mois et plus de 3,6 millions de Français vont y faire un tour chaque jour, 800 000 de plus que Wikipédia. Par rapport à la moyenne des internautes, le site rassemble davantage de "CSP +" - Médiamétrie dit qu'il est "surreprésenté" dans ces catégories socioprofessionnelles rassemblant chefs d'entreprise, cadres, artisans et commerçants » (Annexe 6, page 55).

Vous trouverez également ci-joint divers classements établis par NetObserver qui font état d'une reconnaissance et d'une fréquentation de leboncoin parmi les plus importantes du secteur (Annexe 7 – Classements NetObserver pour l'année 2014).

leboncoin bénéficie ainsi d'une grande notoriété auprès des consommateurs, comme en atteste une

étude de l'institut de sondage TNS de 2013 qui a couvert la période allant de décembre 2010 à Octobre 2012 : leboncoin.fr est le site leader pour les sites d'annonces classées en France avec un taux de notoriété Top of Mind (notoriété spontanée de premier rang) de 42,4% (Annexe 8).

Les annonces publiées sur le site internet leboncoin.fr sont aussi diverses que variées et touchent de très nombreux secteurs : des véhicules aux produits multimédias, en passant par l'immobilier – et même les offres d'emploi !

Leboncoin.fr dispose également d'une catégorie « Prestations de Services » (comparable à celle offerte sur le site internet lebonartisan.fr), qui réunit plus de 1,1 million de Visiteurs Uniques mensuels (Source : Médiamétrie NetRatings (étude mensuelle Ad Hoc), mars 2017)

L'immense succès rencontré par ce site est donc incontestable.

La société SCHIBSTED FRANCE a très tôt eu à coeur de protéger ses actifs intellectuels à travers le dépôt de marques leboncoin et leboncoin.fr.

Aujourd'hui, la société SHIBSTED FRANCE est titulaire d'un important portefeuille de marques, et notamment des marques suivantes :

- La marque française le bon coin n° 06 3 421 864, déposée le 7 avril 2006 en classes 9, 16, 35, 38, 39, 40, 41 et 42

- La marque française leboncoin.fr vendez, achetez, près de chez vous n° 11 3 811 306, déposée le 3 mars 2011 en classes 9, 16, 35, 36, 38, 39, 40, 41, 42 et 45

- La marque française leboncoin.fr n° 14 4 073 674, déposée le 5 mars 2014 en classes 9, 16, 35, 36, 38, 39, 40, 41, 42 et 45

- La marque de l'Union Européenne leboncoin.fr n° 12827358, déposée le 28 avril 2014 en classes 9, 35, 36 et 38

- La marque de l'Union Européenne leboncoin.fr n° 14268081, déposée le 17 juin 2015 en classes 9, 35, 36 et 38

- La marque de l'Union Européenne leboncoin.fr n° 14268064, déposée le 17 juin 2015 en classes 9, 35, 36 et 38

- La marque française leboncoin n° 15 4 190 324, déposée le 18 juin 2015 en classes 9, 16, 35, 36, 38, 39, 40, 41, 42 et 45

- La marque française leboncoin n° 15 4 190 322, déposée le 18 juin 2015 en classes 9, 16, 35, 36, 38, 39, 40, 41, 42 et 45

- La marque de l'Union Européenne leboncoin n° 15521751, déposée le 8 juin 2016 en classes 9, 16, 35, 36, 38, 39, 40, 41, 42 et 45

- La marque de l'Union Européenne leboncoin n° 15521735, déposée le 8 juin 2016 en classes 9, 16, 35, 36, 38, 39, 40, 41, 42 et 45

- La marque française leboncoin n° 16 4 278 993, déposée le 10 juin 2016 en classes 9, 16, 35, 36, 38, 39, 40, 41, 42 et 45

- La marque française leboncoin n° 16 4 278 991, déposée le 10 juin 2016 en classes 9, 16, 35, 36, 38, 39, 40, 41, 42 et 45

(Annexe 9 – Marques LE BON COIN de la société SCHIBSTED FRANCE)

A titre indicatif, il est précisé que l'ensemble des marques sus-mentionnées appartiennent bien à la société SCHIBSTED FRANCE. La différence d'adresse existant entre celle figurant sur son K-Bis et celle figurant sur ses marques est sans incidence : le numéro de R.C.S. est le même et suffit bien évidemment à identifier de manière certaine la société titulaire de ces marques.

Il sera à cet égard rappelé que l'inscription du changement d'adresse est une formalité non obligatoire, qui est sans incidence sur la titularité et la validité des titres : « le changement d'adresse d'un titulaire de marques, qui n'est pas soumis à l'obligation d'inscription au registre des marques communautaires, est sans incidence sur la titularité des marques » (décision de l'INPI du 17 mars 2017, devenue définitive le 21 avril 2017, OPP 16-4761 ; décision de l'INPI du 16 mars 2017, devenue définitive le 19 avril 2017, OPP 16-4658).

o Sur la renommée des marques et noms de domaine de la requérante

Comme indiqué précédemment, les marques et noms de domaine de la société SCHIBSTED FRANCE jouissent d'une très importante renommée en France.

Cette renommée a d'ailleurs été reconnue à de très nombreuses reprises, tant par l'Institut National de la Propriété Industrielle (INPI ci-après) que par les juridictions françaises : « la société opposante (la société SCHIBSTED) fournit des preuves d'une exceptionnelle notoriété de la marque antérieure

pour un site Internet spécialisé dans les petites annonces destinées à la présentation des produits et services sur tout moyen de communication notamment pour la vente au détail et la vente en ligne de différents produits et services ; qu'en particulier une étude TNS réalisée entre décembre 2010 et octobre 2012 montre que ladite marque serait connue de plus de 80% des français ; que par ailleurs, il ressort des éléments produits que le site LEBONCOIN.FR était en 2014 le 8ème site le plus visité de France » (décision de l'INPI du 18 juin 2016, n° OPP 16-229).

Cette renommée est constamment rappelée par les différents Offices et juridictions (Annexe 10 – Jurisprudence).

Ainsi, la société SCHIBSTED FRANCE, qui voit ses marques et noms de domaine imités de manière coupable au sein du nom de domaine lebonartisan.fr, dispose incontestablement d'un intérêt à agir dans le cadre de la présente procédure.

2. Atteinte aux droits antérieurs de la société SCHIBSTED FRANCE

La marque française le bon coin n° 06 3 421 864 a été déposée le 7 avril 2006, soit bien antérieurement à la réservation du nom de domaine lebonartisan.fr par la société FREEJOB.FR, en 2009. Cette marque est en vigueur depuis cette date. Par ailleurs, et comme démontré, la société SCHIBSTED FRANCE dispose de très nombreuses marques leboncoin et leboncoin.fr, marques qui se trouvent largement exploitées.

Quant aux célèbres noms de domaine leboncoin.com et leboncoin.fr, ils ont respectivement été réservés en 2006 et en 2007 – soit, ici encore, antérieurement à la réservation du nom de domaine lebonartisan.fr – et sont exploités avec succès depuis ces dates (Annexe 11).

Toutes ces marques et noms de domaine sont construits sous une forme très particulière et originale et constituent l'empreinte, la « patte » de la requérante. Cela est d'autant plus vrai que leboncoin bénéficie d'une grande renommée (voir nos développements plus haut). Cette importante renommée confère d'ailleurs aux marques leboncoin / leboncoin.fr une très forte distinctivité.

À cet égard, nous vous rappelons que plus une marque est distinctive (per se ou du fait de sa renommée), plus le risque de confusion est facilement admis avec les signes présentant des similarités. En effet, la Cour de Justice considère que le risque de confusion entre deux marques est d'autant plus important que le caractère distinctif de la marque antérieure est élevé.

Ainsi, les marques qui jouissent d'un caractère distinctif particulier, soit intrinsèquement, soit en raison de leur connaissance sur le marché, jouissent d'une protection plus étendue que les marques qui ont un caractère distinctif moindre (CJCE, Sabel Puma, 11 novembre 1997, C-251/95, point 24).

La construction « lebon + un terme », pour désigner des services de mises en relation de particulier à particulier ou de particulier à professionnel renvoie donc incontestablement à l'univers de la société SCHIBSTED FRANCE.

Or, force est de constater que le nom de domaine litigieux reprend à l'identique la construction des marques antérieures et noms de domaine de la société requérante : « lebon » + un terme, en l'espèce « ARTISAN ».

La ressemblance entre le nom de domaine lebonartisan.fr et les droits antérieurs de la société requérante est flagrante et ce, tant d'un point de vue visuel, phonétique que conceptuel.

En effet, lebonartisan.fr et leboncoin.fr/.com / leboncoin partagent une attaque strictement identique (« lebon »), étant ici rappelé que l'attaque occupe une place primordiale puisqu'il s'agit du premier élément perçu par le consommateur – c'est donc naturellement cet élément que le consommateur gardera en mémoire (visuellement et phonétiquement).

De surcroît, la présence commune du terme « lebon » véhicule une idée positive au sein des deux signes en cause (l'endroit pour dénicher de bonnes affaires, pour trouver les bons professionnels, etc.), de sorte que conceptuellement les deux signes en cause sont très similaires.

En outre, est proposé sous le nom de domaine lebonartisan.fr des services de petites annonces destinées à mettre en relation des particuliers avec des artisans professionnels (Annexe 12 – Extrait du site internet lebonartisan.fr).

Or, et comme indiqué précédemment, la société requérante exploite avec succès son nom de domaine leboncoin.fr pour désigner un site internet de petites annonces destinées à mettre en relation des particuliers avec des professionnels, et notamment des artisans ! (Annexe 13 – Extrait du site internet leboncoin.fr).

Les services désignés par les sites internet en cause sont donc incontestablement similaires (voire

même identiques).

Rappelons enfin que leboncoin.fr rencontre un succès tout particulier auprès des catégories socioprofessionnelles suivantes « chefs d'entreprise, cadres, artisans et commerçants » (source Médiamétrie). Les droits antérieurs de la requérante sont largement connus, et tout particulièrement des artisans – cible du nom de domaine litigieux.

Cela entraîne nécessairement un risque de confusion dans l'esprit du consommateur, de sorte que l'atteinte aux droits antérieurs de la société requérante est tout à fait caractérisée.

Nous nous permettons à cet égard d'attirer votre attention sur les nombreuses décisions rendues par l'Institut National de la Propriété Industrielle, qui ont toutes conclu à l'existence d'un risque de confusion entre les signes suivants :

- Décision de l'INPI leboncoin / leBonStaff, 19 mai 2017, n° OPP 16-4903
- Décision de l'INPI leboncoin / Le Bon Emploi, 12 juin 2017, OPP 17-0547
- Projet de décision de l'INPI leboncoin / lebonbricol'heure, 11 août 2017, OPP 17-1505
- Cour d'Appel de Lyon, leboncoin / Le bon coût 3 juillet 2014, RG n° 13/08533

(Annexe 10 – décisions rendues sur leboncoin)

La seule présence commune de l'attaque « lebon », pour désigner des produits et services similaires à ceux des marques de la société requérante, suffit à caractériser le risque de confusion. Ces décisions rappellent en outre la très grande renommée des marques antérieures : « la société opposante (SCHIBSTED FRANCE) fournit dans l'acte d'opposition des pièces établissant la connaissance particulière de la marque leboncoin en ce qui concerne un site internet spécialisé dans les petites annonces destinées à la présentation de produits ou de services notamment pour leur vente, sur tout moyen de communication ; que la marque leboncoin présente donc un fort caractère distinctif au regard de telles activités et au regard des services qui lui sont directement liés ; qu'il convient donc de prendre en compte la connaissance de la marque antérieure sur le marché pour apprécier plus largement le risque de confusion » - renommée qui doit bien évidemment être prise en considération dans l'appréciation du risque de confusion.

Nous nous permettons également d'attirer votre attention sur plusieurs décisions récentes rendues par différents Offices, tant Européen que français, dans lesquelles le risque de confusion a été reconnu :

- La décision de la 5ème Chambre des Recours de l'Office de l'Union Européenne pour la Propriété Intellectuelle (EUIPO ci-après), dans laquelle l'Office a très justement considéré que les signes INSTAGRAM et INSTAPLACE étaient similaires et qu'il en résultait un risque de confusion. Pour aboutir à cette conclusion, l'Office a notamment pris en compte la renommée de la marque antérieure INSTAGRAM et a considéré que l'attaque identique suffisait à caractériser le risque de confusion : « dans la présente affaire, la renommée de la marque antérieure pour les logiciels de partage de photographies et les services associés est très importante et la marque est immédiatement reconnaissable. Les produits contestés sont identiques aux produits antérieurs et le public pertinent est le même. Le signes sont similaires dans la mesure où ils partagent la même attaque composée de cinq lettres et ne diffèrent que dans leur seconde partie. Il doit être rappelé que le consommateur attache généralement davantage d'importance à l'attaque (point 33 de la décision) (...) Compte tenu de ce qui précède, la Chambre de Recours considère qu'il existe un lien entre les marques en cause au sens de l'article 8(5) du Règlement compte tenu de la similarité entre les signes, de la forte renommée de la marque antérieure et du chevauchement entre le public pertinent pour les produits litigieux (point 38 de la décision) » (Décision de la 5ème Chambre des Recours de l'EUIPO du 26 juillet 2016, affaire R 136/2016-5).

- Le jugement du Tribunal de l'Union Européenne en date du 15 juin 2017, qui conclut à l'existence d'un risque de confusion entre les signes CLIMAVER DECO et CLIMAVERA.

Dans cette décision, le Tribunal a très justement rappelé l'importance de l'attaque des signes : « il est constant que les signes en conflit ont en commun l'élément verbal « climaver ». (...) Cet élément commun constitue donc une indication de la similitude des marques en conflit sur le plan visuel.

Cette conclusion s'impose d'autant plus que l'élément « climaver » se situe à la partie initiale de la marque demandée. Selon la jurisprudence, le consommateur attache normalement plus d'importance à la partie initiale des mots (point 57 de la décision). Au vu du fait que les trois syllabes communes se situent à la partie initiale des éléments verbaux respectifs, la similitude phonétique entre les signes en conflit est renforcée » (décision du Tribunal de l'Union Européenne,

15 juin 2017, affaire T-457/15).

- La décision de l'INPI en date du 28 juin 2017, concluant à l'existence d'un risque de confusion entre les signes SESAM A.S. et SESAM-VITALE. Dans cette décision, l'INPI rappelle également l'importance de l'attaque des signes : « que ces signes ont en commun l'élément verbal SESAM, présenté en lettres majuscules et en attaque dans les deux signes, ce qui leur confère des ressemblances visuelles, phonétiques et intellectuelles » (Décision de l'INPI en date du 28 juin 2017, OPP 17-0074).

- Le jugement du Tribunal de Grande Instance de Paris en date du 2 mars 2017, concluant à l'existence d'un risque de confusion entre les signes ARIEL et ARIEL FABRICS et ARIEL TISSUS. Dans ce jugement, le Tribunal rappelle l'importance de la renommée des marques dans l'appréciation du risque de confusion : « en conséquence, et du fait de la notoriété du signe ARIEL, il existe un risque de confusion et au moins d'association, le consommateur français identifiera immédiatement les marques incriminées grâce au seul terme ARIEL lorsqu'il entendra ou prononcera le signe contesté, et pensera que les produits qu'il désigne sont proposés par la société THE PROCTER & GAMBLE COMPANY ou par une société lui étant économiquement liée. Ce lien entre les marques est d'autant plus évident que les produits visés par chacune de ces marques sont liés puisque les produits de lessive sont utilisés pour le lavage et l'entretien des textiles » (Tribunal de Grande Instance de Paris, 3ème Chambre – 1ère Section, RG n° 16/13458, 2 mars 2017).

Le consommateur sera ainsi inévitablement amené à penser que le site internet lebonartisan.fr est une déclinaison de leboncoin.fr, spécialement destiné aux services d'artisan – ou à tout le moins de penser qu'il s'agit d'un site internet autorisé par la société requérante, avec laquelle un partenariat aurait été signé.

Ce risque de confusion est d'autant plus inévitable que l'exploitation qui est faite du site internet lebonartisan.fr tend à se rapprocher au maximum de leboncoin.fr.

Il suffit en effet de comparer le site internet lebonartisan.fr aux marques et site internet de la société SCHIBSTED FRANCE :

Le terme « LE BON » est ici individualisé, avec le recours à une couleur orange – couleur qui est justement celle utilisée par la société requérante depuis l'origine !

La police choisie se rapproche elle aussi fortement de celle des marques de la société SCHIBSTED FRANCE. Enfin, la construction des signes, tout attaché et sans espace, est très révélateur de la volonté d'imiter ce qui a fait le succès de la société requérante.

Le but est donc clairement de se rapprocher au maximum des droits antérieurs de la société SCHIBSTED FRANCE et ce, afin de profiter de la renommée de cette dernière et d'induire le consommateur en erreur, lequel pensera retrouver la qualité attachée aux services de la requérante en se rendant sur le site lebonartisan.fr.

Il sera par ailleurs rappelé que, en réservant le nom de domaine lebonartisan.fr, le défendeur tire profit des investissements réalisés par la requérante pour créer et développer un signe fort, reconnaissable immédiatement et qui parle de manière positive aux français.

Le défendeur a donc sciemment cherché à s'approprier le travail considérable et les efforts très importants de la requérante, sans prendre de risque quant au lancement d'un nouveau nom, d'une nouvelle dénomination : le succès d'un tel nom de domaine était en effet garanti !

Le nom de domaine lebonartisan.fr constitue donc indéniablement une atteinte aux droits de propriété intellectuelle de la société SCHIBSTED FRANCE.

3. Absence d'intérêt légitime et mauvaise foi de la société FREEJOB.FR

o L'absence d'intérêt légitime de la société FREEJOB.FR

La société FREEJOB.FR est une société spécialisée dans le secteur d'activité des autres activités de soutien aux entreprises (Annexe 14 – Extrait du site internet societe.com).

Cette dernière ne présente aucun lien avec la société SCHIBSTED FRANCE et n'a donc jamais été autorisée par la requérante à réserver le nom de domaine lebonartisan.fr.

Par ailleurs, la société FREEJOB.FR n'est titulaire d'aucune marque contenant les termes « LE BON ARTISAN », comme en témoigne l'extrait des bases de données INPI (Annexe 15 – Extrait des bases de données INPI).

Il est enfin précisé que l'activité de la société FREEJOB.FR est totalement étrangère à la mise en relation de particuliers à professionnels artisans, comme en témoigne son site internet (Annexe 16 – Extrait du site internet freejob.fr).

Il suffit en effet de prendre connaissance de cette pièce pour constater que son site a

principalement pour objectif de permettre à des ingénieurs en freelance de trouver des missions. La société FREEJOB.FR n'avait donc aucun intérêt légitime à réserver le nom de domaine litigieux, son activité étant totalement étrangère au monde de l'artisanat. Cela est d'autant plus vrai que la société FREEJOB.FR n'exploite pas directement le nom de domaine litigieux : elle l'a réservé dans l'unique but de tirer profit de la renommée des actifs intellectuels de la requérante, afin de le proposer à des sociétés tierces pour exploitation.

En l'espèce, ce nom de domaine est exploité par la société française, la société CLIEN'TEL (Annexe 17 – Mentions légales du site internet lebonartisan.fr).

Cette société est spécialisée dans le secteur des activités de centres d'appels et ne présente strictement aucun lien avec la société requérante (Annexe 18 – Extrait du site internet societe.com).

Il semble à cet égard opportun de rappeler que la société CLIEN'TEL a été immatriculée en 2010, soit bien après le dépôt et l'usage des marques et noms de domaine leboncoin / leboncoin.fr/com.

Cette société n'est titulaire d'aucune marque contenant « LE BON ARTISAN », comme en témoigne l'extrait des bases de données INPI et n'a donc pas davantage d'intérêt légitime que la société FREEJOB.FR (Annexe 19 – Extrait des bases de données INPI).

Plus encore, il apparaît que cette société a multiplié les réservations frauduleuses de noms de domaine, cette dernière ayant également réservé les noms de domaine lebonartisan.pro/.com, lebonpaysagiste.fr et lebondecorateur.fr (Annexe 20).

Il est dès lors manifeste que cette société imite de manière coupable les marques et noms de domaine de la société requérante, afin de créer un risque de confusion dans l'esprit du consommateur. La société requérante avait d'ailleurs alerté la société CLIEN'TEL sur ce risque de confusion, que cette dernière avait dénié, contraignant par là-même la requérante à entreprendre la présente action (Annexe 21 – Echanges de courriers)

o La mauvaise foi de la société FREEJOB.FR

Selon l'article R. 20-44-46 al. 2 du CPCE, « 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 ».

- La réservation du nom de domaine lebonartisan.fr dans le but de profiter de la renommée du leboncoin / leboncoin.fr

Le nom de domaine lebonartisan.fr a été réservé en 2009.

Or, et comme démontré précédemment, leboncoin et leboncoin.fr jouissaient déjà à cette date d'une grande renommée et d'un fort pouvoir attractif.

Le choix du nom de domaine lebonartisan.fr, alors que leboncoin connaissait un succès fulgurant, ne saurait être purement fortuit, bien au contraire. Il traduit la volonté à peine dissimulée de s'inscrire dans le sillage du site internet leboncoin.fr, qui a connu un succès fulgurant en quelques années seulement, pour s'imposer comme le leader des sites internet de petites annonces en France.

Il est à cet égard rappelé que la notoriété de la marque reproduite / imitée est un bon indice de la mauvaise foi du défendeur (voir pour exemple les décisions de l'OMPI n° D2000-0173 ou encore D2011-1212 : « il est essentiel de souligner que les marques du demandeur étaient connues au jour de l'enregistrement du nom de domaine. Compte tenu des éléments versés aux débats, il est difficile d'imaginer une quelconque bonne foi dans la réservation d'un nom de domaine de second niveau identique à la célèbre marque EUROCARD » ainsi que des décisions de vos services, qui tiennent compte de la renommée des marques antérieures invoquées comme la décision FR 2017-01307 du 14 mars 2017 ou la décision FR 2016-01179 du 2 août 2016).

Cela est d'autant plus frappant que la société FREEJOB.FR n'a pas exploité son nom de domaine pendant plusieurs années, comme en témoigne les extraits du site internet web.archive.org (Annexe 22). En effet, il suffit de prendre connaissance de cette pièce pour constater qu'en 2012, soit 3 ans après la réservation du nom de domaine lebonartisan.fr, le site internet n'était toujours pas accessible – et venait au contraire tout juste d'être activé ! Or, il est traditionnellement considéré que l'inactivité du site est également un bon indicateur de la mauvaise foi du défendeur (voir pour

exemple les décisions de l'OMPI n° D2000-03 et D2000-0747 : « le concept de l'usage d'un nom de domaine de mauvaise foi n'est pas limitée à une action positive ; l'inaction est comprise dans ce concept. C'est-à-dire qu'il est possible, dans certaines circonstances, que l'inactivité du défendeur sur le nom de domaine soit qualifiée d'usage de mauvaise foi » ou les décisions de vos services FR 2012-00058 du 7 mai 2012 ou encore FR 2017-01292 du 14 mars 2017).

Il sera de surcroît rappelé que la société FREEJOB.FR n'a pas réservé ce nom de domaine dans le but de l'exploiter, dans le cadre de son activité, mais dans celui de le proposer à d'autres sociétés, désireuses de tirer profit de la renommée des droits de la requérante. La société défenderesse savait bien évidemment qu'un tel nom de domaine permettrait à la société à qui elle en confierait l'exploitation de tirer profit de la renommée des marques de la requérante. La mauvaise foi de la société FREEJOB.FR s'en trouve encore davantage caractérisée.

Il sera ici rappelé que la société FREEJOB.FR a confié l'exploitation du nom de domaine litigieux à une société tierce, la société CLIEN'TEL, laquelle a également cru devoir réserver les noms de domaine lebonpaysagiste.fr et lebondecorateur.fr, afin de tenter de s'octroyer un monopole sur les déclinaisons de leboncoin / leboncoin.fr (Annexe 20).

Il sera également souligné que le site, tel qu'exploité actuellement, tire indûment profit de la renommée des droits antérieurs de la société SCHIBSTED FRANCE : l'individualisation et la mise en lumière du terme « LE BON », le choix de la couleur orange, la construction identique, etc.

Autant d'éléments qui démontrent, sans doute possible, la volonté de tirer profit de la renommée du leboncoin.fr. La société FREEJOB.FR, en réservant le nom de domaine litigieux en vue d'en confier l'exploitation à un tiers savait le pertinence : il est en effet évident que le tiers qui se montre intéressé par un tel nom de domaine est manifestement et exclusivement attiré par la renommée des marques et noms de domaine leboncoin / leboncoin.fr et cherche incontestablement à en tirer profit (l'exploitation qui est faite actuellement du nom de domaine litigieux tend d'ailleurs à le prouver encore davantage).

- La création d'un risque de confusion du fait de la réservation et de l'exploitation du nom de domaine lebonartisan.fr

Tout d'abord, il sera rappelé que le nom de domaine réservé imite de manière coupable les droits antérieurs de la société requérante. Nous vous renvoyons à cet égard à nos développements précédents.

En réservant un tel nom de domaine en 2009, alors que le site internet leboncoin.fr et des marques y afférentes leboncoin / leboncoin.fr jouissaient d'une renommée incontestable, témoigne d'une volonté de créer un risque de confusion avec les droits antérieurs de la requérante et de détourner ainsi une partie de sa clientèle : les internautes désireux de trouver des artisans ne se rendraient plus sur le site internet de la société SCHIBSTED FRANCE, ces derniers pensant naturellement que cette dernière aurait décliné ses marques pour l'adapter à des services spécifiques.

De plus, et comme indiqué précédemment, l'exploitation qui est faite du site internet lebonartisan.fr démontre encore davantage toute la mauvaise foi de son titulaire et de son éditeur.

Une simple comparaison des visuels suffit pour s'en convaincre :

Comme indiqué précédemment, lebonartisan.fr a eu à cœur d'individualiser et de mettre en lumière le terme « LE BON », en le reproduisant dans une couleur différente de celle du reste du signe.

Plus encore, la couleur choisie pour reproduire le terme « LE BON » est la couleur orange – couleur dont il a été démontré qu'il s'agissait de la « marque de fabrique » de la société requérante, d'un élément particulièrement distinctif qui renvoie à son univers. La police choisie se rapproche elle aussi fortement de celle des marques de la société SCHIBSTED FRANCE : le signe lebonartisan est reproduit en lettre minuscule, tout attaché – à l'instar des signes leboncoin.

En outre, le site internet lebonartisan.fr communique également sur l'expression « lebonartisan.fr » s'inspirant par là-même directement de la société requérante, qui est titulaire à la fois des marques leboncoin et leboncoin.fr.

Rappelons également que le site internet lebonartisan.fr est un site destiné à mettre en relation des particuliers avec des artisans.

Or, et comme expliqué précédemment, leboncoin.fr offre également des prestations de services d'artisan, comme en témoigne quelques extraits de son site internet (Annexe 14 – Extraits du site internet leboncoin.fr).

En effet, compte tenu du succès du site internet leboncoin.fr, qui offre à ses utilisateurs une excellente visibilité, nombreux sont les artisans à utiliser ce site internet pour proposer leur service à

des particuliers.

Les services proposés sur le site internet *leboncoin.fr* sont donc, si ce n'est identiques, à tout le moins très fortement similaires à ceux proposés sur le site internet *lebonartisan.fr*.

L'utilisateur du site internet *lebonartisan.fr* pensera donc qu'il s'agit d'une déclinaison du site *leboncoin.fr*, spécialement destiné à mettre en relation artisans et particuliers.

Cela est d'autant plus probable que les marques de la société SCHIBSTED FRANCE jouissent d'une très grande renommée. La réservation du nom de domaine *lebonartisan.fr* par la société FREEJOB.FR ne saurait donc être considérée comme purement fortuite, et pour cause !

La mauvaise foi de la société FREEJOB.FR, qui a réservé le nom de domaine *lebonartisan.fr* dans l'unique but de tirer profit de sa renommée, en créant un risque de confusion avec *leboncoin.fr*, est donc toute caractérisée.

CONCLUSION

Au regard de l'ensemble de ce qui précède, la société SCHIBSTED FRANCE sollicite le transfert à son profit du nom de domaine *lebonartisan.fr*. ».

Le Requéant a demandé la transmission du nom de domaine.

ii. Le Titulaire

Le Titulaire a adressé une réponse à l'Afnic le 19 septembre 2017. Dans sa réponse, le Titulaire n'a fourni aucune pièce.

Dans sa réponse, le Titulaire indique que :

[Citation complète de l'argumentation]

« Nous avons souscrit à ce NDD par notre offre chez le fournisseur Strato. Nous avons résilié ce NDD voilà plusieurs années... je ne comprends pas d'où vient le dysfonctionnement, mais de mon côté, ce NDD a bien été résilié et n'apparaît plus dans notre back-office Strato et ne nous est plus facturé. »

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 Requéant

Au regard des pièces qui ont été fournies par le Requéant et notamment des décisions :

- Du Directeur général de l'INPI rendue le 19 mai 2017 suite à l'opposition formée par le Requéant à l'enregistrement d'une marque « LEBONSTAFF » déposée par la société LE BON STAFF SAS le 02 septembre 2016 ;
- De la Cour d'appel de Lyon, 1ère chambre civile A du 03 juillet 2014 ;

Le Collège a constaté qu'au moment du dépôt de la demande, le nom de domaine <*lebonartisan.fr*> était similaire :

- À l'enseigne de l'établissement principal du Requéant à savoir « LEBONCOIN.FR » ;
- Aux marques du Requéant et notamment :

- 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 ;
- À la marque française semi figurative « LEBONCOIN.FR VENDEZ, ACHETEZ, PRES DE CHEZ VOUS » enregistrée le 3 mars 2011 sous le numéro 3811306 par la société SCM FRANCE devenue SCHIBSTED FRANCE le 26 décembre 2012 ;
- Au nom de domaine <leboncoin.fr> enregistré le 15 janvier 2007 par le Requéant.

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

ii. L'accord du Titulaire

Le Collège a considéré que le Titulaire en indiquant « *Nous avons résilié ce NDD voilà plusieurs années... je ne comprends pas d'où vient le dysfonctionnement, mais de mon côté, ce NDD a bien été résilié et n'apparaît plus dans notre back-office* » n'a pas exprimé son accord de manière assez explicite sur la mesure de réparation demandée par le Requéant à savoir la transmission du nom de domaine.

Par conséquent, le Collège n'a pas pris acte de l'accord du Titulaire et a poursuivi l'examen du dossier.

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

a. Atteinte aux droits invoqués par le Requéant

Le Collège a constaté que le nom de domaine <lebonartisan.fr> est similaire à la marque française antérieure du Requéant « LE BON COIN » enregistrée le 7 avril 2006 sous le numéro 3421864 pour les classes 9, 16, 35, 36, 38 à 42 car il est composé partiellement de la marque « LE BON COIN » et du terme générique « artisan ».

Le Collège a donc considéré que le nom de domaine était susceptible de porter atteinte aux droits de propriété intellectuelle du Requéant, la société SCHIBSTED FRANCE.

Conformément à l'article L.45-2 du CPCE cité ci-dessus, le Collège s'est ensuite posé la question de savoir si le Requéant 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

- Sur l'absence d'intérêt légitime du Titulaire

Le Collège a constaté que :

- Le Requéant déclare que le Titulaire ne détient aucune autorisation pour utiliser ses marques et qu'il n'existe aucune relation d'affaire entre eux ;
- Les résultats des recherches effectuées dans la base INPI ne permettent pas de relever de marque appartenant au Titulaire en lien avec le nom de domaine <lebonartisan.fr> ;
- Dans un courrier daté du 11 avril 2017, adressé au Requéant, le représentant du Titulaire a indiqué ne pas vouloir donner une suite favorable à la demande de transfert du nom de domaine <lebonartisan.fr> ;
- Néanmoins, postérieurement à ce courrier de réponse, le Titulaire a indiqué sur la plateforme dématérialisée SYRELI : « *Nous avons souscrit à ce NDD par notre offre chez le fournisseur Strato. Nous avons résilié ce NDD voilà plusieurs années... je ne comprends pas d'où vient le dysfonctionnement, mais de mon côté, ce NDD a bien été résilié et n'apparaît plus dans notre back-office Strato et ne nous est plus facturé.* ».

- Sur la mauvaise foi du Titulaire

Le Collège a constaté que :

- Le Requérant, la société SCHIBSTED FRANCE est notamment titulaire de la marque française antérieure « LE BON COIN » enregistrée le 7 avril 2006 sous le numéro 3421864, laquelle est exploitée notamment pour la vente de produits dans les catégories « Annonces », « emploi, carrières », catégories pour lesquelles le Requérant est classé dans le Top 10 des sites préférés ;
- Les pièces fournies par le Requérant démontrent que la marque française « LE BON COIN » est une marque de renommée et connue du grand public ;
- La page d'écran fournie par le Requérant montre que le site web vers lequel renvoie le nom de domaine <lebonartisan.fr> propose un annuaire d'artisans pour la réalisation de travaux et de services similaires à ceux proposés par le Requérant et notamment le service d'annonces dans les catégories « Maisons » et « Emploi, Carrières ».

Muni de ce faisceau d'indices, Le Collège a considéré que les pièces fournies par le Requérant permettaient de conclure que le Titulaire avait enregistré le nom de domaine <lebonartisan.fr> dans le but de profiter de la renommée du Requérant en créant une confusion dans l'esprit du consommateur.

Le Collège a considéré que le Requérant avait apporté la preuve de la mauvaise foi du Titulaire et a décidé que le nom de domaine <lebonartisan.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 <lebonartisan.fr> au profit du Requérant.

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 Montigny-le-Bretonneux, le 25 octobre 2017

Pierre BONIS - Directeur général de l'Afnic

