

DÉCISION DU TIERS DÉCIDEUR

C'est qui le patron ?! SAS / Katja Maus

Affaire N° 44438 : lamarqueduconsommateur.be

1. Les parties

1.1. Le Plaignant :

La société de droit français **C'est qui le patron ?! SAS**,
établie en France à 75011 Paris, rue du chemin vert 27 ;

Représenté par :

BY DESIGN SPRL, représentée par Madame Sylviane Bockourt,
Country Manager Belgium "C'est qui le patron ?!",
établie à 1040 Bruxelles, rue des Ménapiens 31, bte 29.

Ci-après dénommée « le Plaignant »

1.2. Le Détenteur du nom de domaine :

Katja Maus,
établie à 6700 Arlon, rue Saint-Nicolas, 13 ;

Représenté par :

Me Marc Isgour, avocat
ayant son cabinet à 1000 Bruxelles, rue de Florence, 13.

Ci-après dénommé « le Détenteur ».

2. Nom de domaine

Nom de domaine : "lamarqueduconsommateur.be"
enregistré le : 15 mars 2017

Appelé ci-après "le Nom de domaine".

3. Antécédents de la procédure

1. Le 29 novembre 2017, le Plaignant a transmis son Formulaire de plainte au CEPANI. Aucun dossier de pièces n'y était joint.

Le 2 janvier 2018, le Détenteur du nom de domaine a transmis son formulaire de réponse au CEPANI.

2. Le 4 janvier 2018, le CEPANI a désigné Me Pierre-Yves Thoumsin comme tiers-décideur.

Conformément à l'article 13 du règlement du CEPANI pour la résolution des litiges concernant les noms de domaine (le « Règlement », la clôture des débats a été fixée au 12 janvier 2018.

3. Afin de pouvoir rendre une décision éclairée dans ce litige, le Tiers-décideur a fait usage de l'opportunité de solliciter des informations complémentaires des parties, conformément à l'article 13 du Règlement. Cette demande a été transmise aux parties par le CEPANI le 10 janvier 2018.
4. Les arguments et pièces complémentaires du Plaignant ont été communiqués le 25 janvier 2018. Les arguments et pièces complémentaires du Défendeur ont été communiqués le 7 février 2018.
5. Il convient de préciser que le Formulaire de plainte visait également le nom de domaine « cestquilepatron.be » enregistré par le Détenteur. Ce dernier ayant fait l'objet d'une convention de transfert amiable entre les parties, il ne sera pas examiné ici.

4. Données factuelles

6. Le Plaignant se décrit comme une société ayant développé un concept innovant dans le domaine du commerce équitable, qui « vise à permettre aux consommateurs de choisir les caractéristiques et le prix de produits alimentaires afin d'en assurer la qualité d'une part et la juste rémunération de leurs producteurs d'autre part » (Formulaire de plainte).

Dans ce cadre, il utilise notamment les signes « Marque du consommateur » et « C'est qui le patron ?! », soit individuellement soit conjointement. Ces signes sont notamment apposés sur des produits qu'elle commercialise, dont du lait.

Initialement actif en France, le Plaignant développe son activité en Belgique depuis la fin de l'année 2016 (ses pièce 4 et suivantes).

7. Le nom de domaine a été enregistré par Madame Katja Maus, administratrice de Faircoop SCRL. Dans leurs écrits, les Parties semblent s'accorder sur le fait que le détenteur et l'utilisateur du Nom de domaine est *de facto* la SCRL Faircoop.

Le Détenteur se décrit ainsi comme une coopérative lancée en 2010, qui « a développé une nouvelle marque solidaire et « équitable » permettant aux agriculteurs de recevoir une rémunération décente pour une partie de leur travail et de reprendre la place qu'ils méritent au sein de la filière ».

Dans ce cadre, il utilise notamment le signe « Fairebel » comme dénomination commerciale et pour des produits laitiers (sa pièce 1). À partir du 12 décembre 2017, il a également lancé une campagne publicitaire utilisant le slogan « la marque du consommateur » (*sic*) (ses pièces 8 et 9).

5. Position des parties

8. Le Plaignant se fonde sur les droits suivants :

Date de dépôt	Type	Signe
24/03/2012	Marque française	MDC La marque du consommateur La marque des consommateurs !
24/02/2016	Nom de domaine	Lamarqueduconsommateur.com
15/09/2016	Noms de domaine	Lamarqueduconsommateur.net
24/10/2016	Marque française	
25/10/2017	Dépôt de marque Benelux	

Sur cette base, il estime en substance que le Détenteur a enregistré abusivement le nom de domaine « lamarqueduconsommateur.be », car :

- il est identique ou ressemblant aux signes précités ;

- le Détenteur n'a aucun droit ou intérêt légitime sur le signe « la marque du consommateur » ;
- le Détenteur a enregistré et utilise le nom de domaine afin d'entraver les activités du Plaignant, concurrentes aux siennes.

9. Le Détenteur soutient en substance ce qui suit.

Concernant les droits invoqués par le Plaignant :

- le Plaignant n'est pas titulaire de deux des marques qu'il invoque ;
- la marque Benelux dont est titulaire le Plaignant n'est cependant pas enregistrée ;
- des noms de domaine ne peuvent pas être invoqués par le Plaignant.

Concernant l'intérêt légitime du Détenteur :

- les termes « la marque du consommateur » ont un caractère distinctif très faible, ce qui entraîne une reconnaissance plus souple de l'intérêt légitime ;
- il a fait des préparatifs sérieux afin de proposer des produits et services en relation avec ces termes.

Concernant la mauvaise foi du Détenteur :

- il estime que les griefs du Plaignant concernent son administrateur Guy Francq en son nom propre, et non le détenteur en tant que personne morale ;
- l'enregistrement du Nom de domaine s'inscrit de façon cohérente dans le cadre d'un projet développé depuis plus de cinq ans.

6. Discussion et conclusions

10. Conformément à l'article 16.1. du règlement CEPANI pour la résolution des litiges concernant des noms de domaine, le tiers décideur tranche conformément à ce règlement et aux Lignes directrices de DNS.BE.

Conformément à l'article 10, b, 1 des conditions générales d'enregistrement des noms de domaine .be, version 6.0 (ci-après les « Conditions d'enregistrement »), le Plaignant doit prouver ce qui suit :

- *« le nom de domaine du détenteur est identique ou ressemble au point de prêter à confusion à une marque, un nom commercial, une dénomination sociale ou un nom de société, une indication géographique, une appellation d'origine, une indication de provenance, un nom de personne ou une dénomination d'une entité géographique sur laquelle le Plaignant a des droits ; et*

- le détenteur n'a aucun droit sur le nom de domaine ni aucun intérêt légitime qui s'y attache ; et
- le nom de domaine du détenteur a été enregistré ou utilisé de mauvaise foi ».

Chacune de ces conditions sera examinée successivement.

6.1. Première condition : « Est identique ou ressemble à ... »

11. Le Plaignant se fonde tant sur des marques françaises et Benelux que des noms de domaine.

Il convient de déterminer préalablement lesquels de ces signes peuvent valablement être invoqués par le Plaignant.

(i) *Un nom de domaine peut-il être invoqué ?*

12. Le Détenteur soutient qu'un nom de domaine ne peut être invoqué, car la liste figurant à l'article 10, b), 1), (i) des conditions d'enregistrement est limitative et que les noms de domaine n'y sont pas mentionnés.

Il n'en demeure pas moins que le nom de domaine peut constituer la manifestation numérique d'un nom commercial, puisqu'il peut servir à désigner sur Internet le fonds de commerce d'une entreprise. Un nom de domaine a ainsi été assimilé à un nom commercial au sens des Conditions d'enregistrement, lorsque le site web contient des informations concernant l'entreprise et ses produits ou services (CEPANI, 44252, airco.be).

Or, en l'espèce, le nom de domaine lamarqueduconsommateur.com est bien utilisé pour présenter l'entreprise du Plaignant, ses produits et ses services.

Par conséquent, on ne peut exclure *a priori* les noms de domaine invoqués par le Plaignant.

(ii) *Une marque étrangère peut-elle être invoquée ?*

13. Il a déjà été décidé par le panel de tiers décideurs en appel que toutes les marques peuvent être prises en considération, quel que soit le territoire pour lequel elles ont été enregistrées, dès lors que l'article 10, b), 1), mentionne « une marque » sans autre spécification (CEPANI, 44115,

runescape.be ; CEPANI, 44121, aqualibi.be ; CEPANI (appel), 44238, pneus-online.be).

Les marques française n° 3907679 et 4309638 pourraient donc en principe être invoquées par le Plaignant.

Toutefois, comme le relève à juste titre le Détenteur, aucune de ces marques n'est enregistrée au nom du Plaignant : leur déposant est M. Nicolas CHABANNE et leur propriété a été transmise en date du 30 juin 2017 à une entité dénommée « LMDM » (pièces 10 et 11 du Détenteur).

(iii) *Un dépôt de marque peut-il être invoqué ?*

14. Le dépôt de marque Benelux n° 1363197 qu'invoque le Plaignant n'a pas encore été enregistrée. Or, en droit Benelux, seul l'enregistrement est générateur de droits (article 2.19.1 de la Convention Benelux en matière de propriété intellectuelle ; CEPANI, 44097, infrasigna.be).

Le Plaignant ne démontre pas non plus que sa marque non enregistrée serait notoire au sens de l'article 6bis de la Convention de Paris et bénéficierait à ce titre d'une quelconque protection.

Ce dépôt ne peut donc pas être valablement invoquée par le Plaignant.

(iv) *Conclusion*

15. Après avoir procédé à l'écémage des différents droits invoqués par le Plaignant, il ressort qu'il peut valablement se fonder sur les deux noms de domaine repris ci-dessous.

Ceux-ci sont manifestement identiques au Nom de domaine.

Droits du Plaignant	Nom de domaine
lamarqueduconsommateur.com	lamarqueduconsommateur.be
lamarqueduconsommateur.net	

6.2. Deuxième condition : « Droit et intérêt légitime »

16. Le Détenteur ne produit aucun élément attestant de droits sur la dénomination « la marque du consommateur » autres que le Nom de domaine litigieux. Ceci vaut tant pour Madame Katja Maus que pour la SCRL Faircoop dont elle est administratrice.

Il convient donc d'examiner si le détenteur dispose d'un intérêt légitime à l'égard du Nom de domaine.

17. Le Détenteur soutient de première part avoir un intérêt légitime à l'enregistrement du Nom de domaine, car celui-ci se compose de termes descriptifs constituant un slogan. Il se fonde à cet égard sur la décision relative au nom de domaine « notaconsult.be » (CEPANI, 44389). Selon le Détenteur, le signe « la marque du consommateur » serait très faible, car il s'agit d'un slogan.

Le Tiers-Décideur note cependant que le signe « La marque du consommateur » a été accepté à l'enregistrement à titre de marque française, ce qui indique qu'il dispose à tout le moins d'un minimum de caractère distinctif.

18. Le Détenteur soutient d'autre part avoir un intérêt légitime à l'enregistrement du nom de domaine, dès lors que la SCRL Faircoop, dont Madame Katja Maus est administratrice, a engagé des préparatifs en vue d'offrir de bonne foi des produits ou des services sous cette dénomination.

En dépit d'un examen attentif, le Tiers-Décideur peine à trouver le moindre usage du signe « La marque du consommateur » en dans le dossier produit par le Détenteur.

Ces textes contiennent tout au plus des références générales aux « consommateurs » (ses pièces 1 à 7). Toutefois, les produits ou services auxquels renvoient ces documents sont en réalité ceux offerts sous la marque FAIREBEL, au sujet de laquelle le Détenteur dit qu' « il est important de faire connaître une marque qui appartient au monde agricole et, depuis deux ans, aux consommateurs » (sa pièce 7). Il ne s'agit pas pour autant d'usages de la dénomination « la marque du consommateur ».

Restent les pièces 8 et 9 du Défendeur, qui font état d'un usage de la dénomination « la marque du consommateur » (le tiers décideur souligne). Contrairement à ce que prétend le Détenteur dans ses écrits, il ne s'agit donc pas d'usages de la dénomination « la marque du consommateur » en tant que telle, mais d'une expression visuellement et phonétiquement ressemblante. Sur le plan conceptuel, l'expression se distingue de la dénomination invoquée par le Plaignant, par l'ajout d'un jeu de mots sur la contraction des termes « consommateur » et « acteur ». Ce concept de

consommateur actif se retrouve dans la version néerlandaise de l'expression « *het merk van de bewuste consument* » (la marque du consommateur conscient).

En outre, et surtout, force est de constater que les exemples d'usage de cette dénomination sont datés du mois de décembre 2017, soit après la réception de la plainte. Or, l'article 10, b), 3), des Conditions d'enregistrement retient comme preuve de l'intérêt légitime les usages ou préparatifs d'usage antérieurs à la connaissance du litige.

Enfin, il y a lieu de constater que le Nom de domaine n'est pas utilisé en tant que tel par le Détenteur, mais uniquement pour rediriger vers la page <https://clients.fairebel.be/co/?lang=FR>. Cette page est un « Espace consommateur » affichant le message suivant, sans aucune référence à la dénomination « la marque du consommateur » :

« Cet espace permet aux membres Fairebel de consulter et de mettre à jour leurs données personnelles, ainsi que d'effectuer des investissements Fairebel. Depuis cet espace, vous avez également la possibilité de télécharger votre rapport d'investissement au format PDF ».

Compte tenu de l'ensemble des circonstances précitées, le Détenteur n'établit pas avoir un quelconque droit ni un intérêt légitime antérieur à la connaissance du litige, s'attachant au Nom de domaine. L'ensemble du dossier du Détenteur démontre tout au plus que ses droits et intérêts légitimes s'attachent à la marque FAIREBEL, laquelle est sans pertinence dans le cadre du présent litige.

6.3. Enregistrement de mauvaise foi

19. Il n'est pas douteux que la SCRL Faircoop dont Madame Katja Maus est administratrice est concurrente du Plaignant. Ces deux sociétés sont en effet actives dans la commercialisation de produits équitables, soucieux de ménager un équilibre entre d'une part le rapport qualité-prix pour le consommateur et d'autre part une juste rémunération des producteurs.
20. Dans ce contexte, il convient d'examiner si le Détenteur a enregistré abusivement le Nom de domaine, en vue notamment de perturber les opérations commerciales du Plaignant.
21. S'agissant de concurrents directs sur un marché assez spécifique, le Détenteur ne pouvait ignorer les activités du Plaignant, son usage de la dénomination « la marque du consommateur » et son intention de s'étendre au marché belge.

Dans son Formulaire de plainte, le Plaignant démontre travailler depuis 1 an au développement de son activité en Belgique et j'ouir, sur ce territoire, d'une renommée antérieure à cette date.

Il produit effectivement des documents attestant de contacts avec des producteurs laitiers belges en décembre 2016 (sa pièce 1), suivie d'une réunion au début de l'année 2017 (sa pièce 2).

Il fournit par ailleurs des éléments attestant d'une connaissance de la marque en Belgique dès le mois de décembre 2016, notamment :

- par le biais du journal télévisé de RTL (sa pièce 6)
- par le biais de messages sur les réseaux sociaux parmi les professionnels du domaine agricole (sa pièce 7)

22. Dans ces circonstances, l'enregistrement du Nom de domaine s'interprètent manifestement comme une réaction abusive au développement en Belgique des activités du Plaignant :

- alors que le Détenteur ne dispose d'aucun droit ni intérêt légitime sur la dénomination « la marque du consommateur », il ne peut ignorer que le Plaignant dispose de tels droits et intérêts légitime (CEPANI, 44236, duratherm.be) ;
- le Détenteur a enregistré non seulement le nom de domaine « lamarqueduconsommateur.be », mais également simultanément le nom de domaine « cestquilepatron.be » correspondant à la dénomination sociale du Plaignant. Ce dernier a été transféré volontairement au Plaignant à la suite de la plainte ;
- par le biais d'un de ses administrateurs, M. Guy Francq, le Détenteur manifeste un comportement agressif vis-à-vis du Détenteur (pièces 12 et 13 du Plaignant). Dans le contexte factuel précité, le Détenteur ne peut sérieusement soutenir que ces agissements seraient strictement personnels et ne révéleraient pas l'attitude du Détenteur.
- le Nom de domaine n'a fait à ce jour l'objet d'aucun usage et renvoie uniquement à une page de la coopérative Fairebel sans aucune mention de la dénomination « la marque du consommateur ». Quant à la dénomination « la marque du consommateur » elle ne fait également l'objet d'aucun usage. Tout au plus le Détenteur a-t-il commencé l'usage d'une dénomination légèrement différente « la marque du consommateur » au mois de décembre 2017, *in tempore suspecto*.

Le Détenteur ne peut donc raisonnablement soutenir que sa démarche s'inscrirait de façon cohérente dans le cadre d'un projet développé depuis plus de cinq ans, sans aucune intention d'interférer avec les activités d'un concurrent.

7. Décision

Le tiers décideur décide, conformément à l'article 10, e des Conditions, de transférer au plaignant l'enregistrement du nom de domaine "lamarqueduconsommateur.be".

Bruxelles, 22 février 2018.

A handwritten signature in blue ink, consisting of several fluid, overlapping strokes that form a stylized representation of the name Pierre-Yves Thoumsin.

Le tiers décideur
Pierre-Yves Thoumsin