

**TRIBUNAL  
DE GRANDE  
INSTANCE  
DE PARIS**



3ème chambre 4ème  
section

N° RG : **10/08800**

N° MINUTE :

Assignation du :  
31 Mai 2010

**JUGEMENT**  
**rendu le 13 Septembre 2012**

**DEMANDERESSE**

**LA COMMUNE DE LAGUIOLE**

5 Place de la Mairie  
12210 LAGUIOLE

représentée par Me Carine PICCIO, avocat au barreau de PARIS,  
vestiaire #C2469

**DÉFENDEURS**

**Monsieur Gilbert SZAJNER**

21 rue Paul Déroulède  
94400 SAINT MAUR DES FOSSES

**Monsieur Louis SZAJNER**

21 rue Paul Déroulède  
94400 ST MAUR DES FOSSES

**LAGUIOLE SA**

320 rue Saint Honoré  
75001 PARIS

**LAGUIOLE LICENCES SAS**

21 rue Paul Déroulède  
94400 SAINT MAUR DES FOSSES

représentés par Me Anne LAKITS, avocat au barreau de PARIS, avocat  
plaidant, vestiaire #R0017

**S.A. POLYFLAME EUROPE**

7 Avenue du Bouton d'Or  
ZA des Petits Carreaux  
94370 SUCY EN BRIE

représentée par Me Pascal LEFORT de la SCP DUCLOS THORNE  
MOLLET-VIEVILLE, avocat au barreau de PARIS, vestiaire #P75

**Expéditions  
exécutoires  
délivrées le :13/09/12**

**Société INOVALK**  
1 Avenue Elise Deroche  
93350 LE BOURGET

**Société LCL PARTNERS**  
13 rue de la Convention  
42100 SAINT ETIENNE

**Société TENDANCE SEDUCTION**  
13 Bis Pavé du Bas Chemin  
59910 BONDUES

**S.A. CLISSON**  
Route de Gourgé  
79200 CHATILLON SUR THOUET

**BYTTEBIER HOME TEXTILES**  
Oudenaardestraat 110  
B 8570 VICHTE-ANZEGEM (BELGIQU

représentées par Me Claude JULIEN, avocat au barreau de PARIS,  
vestiaire #C1145 et plaident par Me Martin GRASSET avocat au  
barreau de Lille

**Société GARDEN MAX**  
236 Avenue Clément Ader  
59118 WAMBRECHIES

représentée par Me Camille BAUER, avocat au barreau de PARIS,,  
vestiaire #C1261

**S.A.R.L. SIMCO CASH**  
50 Avenue Victor Hugo  
93300 AUBERVILLIERS

représentée par Me Emmanuelle HOFFMAN de la SELARL  
HOFFMAN, avocat au barreau de PARIS, vestiaire #C0610

**Société LUNETTE FOLOMI**  
LA DOYE  
39400 LES ROUSSES

représentée par Me Anne-Marie PECORARO, avocat au barreau de  
PARIS, vestiaire #G0193

**S.A.R.L. THE BRANDS COMPANY**  
166 Boulevard Tonnelle  
37000 TOURS

représentée par Me Arnault GROGNARD, avocat au barreau de  
PARIS, vestiaire #E1281

### **COMPOSITION DU TRIBUNAL**

Marie-Claude HERVE, Vice-Présidente  
**Laure COMTE, Juge**  
Rémy MONCORGE, Juge

assistés de Katia CARDINALE, Greffier

### **DÉBATS**

A l'audience du 25 Mai 2012  
tenue publiquement

### **JUGEMENT**

Rendu par mise à disposition au greffe  
Contradictoirement  
en premier ressort

### **FAITS PROCEDURE PRETENTIONS ET MOYENS DES PARTIES :**

Située sur le plateau de l'Aubrac, la commune de Laguiole compte 1.311 habitants et appartient au département de l'Aveyron et à la région Midi-Pyrénées.

Au 19<sup>ème</sup> siècle, un artisan coutelier laguiois crée un couteau de poche en s'inspirant de deux modèles existants, le capuchadou (petite lame emmanchée d'un bout de bois) et la navaja espagnole (couteau de poche pliant à cran d'arrêt). Le couteau est orné d'une abeille. La légende veut que l'usage de ce symbole impérial ait été octroyé à la Commune de LAGUIOLE par Napoléon en récompense de la bravoure de ses habitants.

Gilbert SZAJNER a pour activité la commercialisation de diverses gammes de produits sous le nom « LAGUIOLE », par le biais d'un réseau de licences de marques. Il est ainsi titulaire de marques françaises, communautaires et internationales comportant notamment le nom « Laguiole ». Il est aussi le président du conseil d'administration de la SA LAGUIOLE, société créée en 1991 qui a pour objet social, l'import export et la fabrication à terme, le négoce, la représentation, la commercialisation ainsi que toutes opérations de commission pour l'achat et la vente, le bail de licence : délivrance de licence en vue d'exploiter les marques déposées par la société. Les premières marques verbales « LAGUIOLE » et la marque « LAGUIOLE LA LEGENDE » ont été déposées respectivement les 20 août et 2 novembre 1993 et le 29 septembre 1993, soit il y a 19 ans par la SA LAGUIOLE.

Les marques litigieuses sont les suivantes :

- LAGUIOLE enregistrée sous le n°93 480 950, le 20 août 1993 détenue par la SA LAGUIOLE, visant des produits en classe 09, 10, 12, 13, 14, 15, 16, 18, 25, 28, 34,
- LAGUIOLE LEGENDE, semi-figurative, enregistrée sous le n°93 485 514 le 29 septembre 1993 par la SA LAGUIOLE, visant des produits en classe 08, 14, 16, 18, 21, 25, 28, 34,

- LAGUIOLE enregistrée sous le n°93 491 857 le 12 novembre 1993 détenue par la SA LAGUIOLE, visant des produits en classe 03, 05, 20, 21, 26,
- LAGUIOLE, semi-figurative, enregistrée sous le n°94 544 784 le 16 novembre 1994 détenue par la SA LAGUIOLE, visant des produits en classe 03, 06, 09, 14, 16, 18, 20, 21, 22, 24, 25, 28, 34,
- LAGUIOLE enregistrée sous le n°97 674 962 le 23 avril 1997 détenue par Gilbert SZAJNER, visant des produits en classe 03, 09, 12, 14, 16, 18, 21, 24, 25, 28 et 34,
- LES CHATEAUX LAGUIOLE, semi-figurative, enregistrée sous le n°98 762 002 le 1er décembre 1998 détenue par Gilbert SZAJNER, visant des produits en classe 29, 30, 32 et 33,
- ART DE LA TABLE LAGUIOLE, semi-figurative, enregistrée sous le n°98 762 001 le 1er décembre 1998 détenue par Gilbert SZAJNER, visant des produits en classe 21, 22, 24 et 27,
- BARON LAGUIOLE, semi-figurative, enregistrée sous le n°99 794 586 le 21 mai 1999 détenue par Gilbert SZAJNER, visant des produits en classe 33,
- LAGUIOLE, laguiole.tm.fr, semi-figurative, enregistrée sous le n°99 803 625 le 15 juillet 1999 détenue par Gilbert SZAJNER, visant des produits en classe 03, 09, 12, 14, 16, 18, 21, 24, 25, 28 et 34,
- T'AS DE LAGUIOLE TU SAIS, enregistrée sous le n°3 018 629 le 31 mars 2000 détenue par la SA LAGUIOLE, visant des produits en classe 14, 16, 35,
- BRASSERIE LAGUIOLE enregistrée sous le n°3 136 619 le 12 décembre 2001 détenue par Gilbert SZAJNER, visant des produits en classe 29, 30, 32, 33 et 42,
- BISTRO LAGUIOLE enregistrée sous le n°3 255 629 le 6 novembre 2003 détenue par Gilbert SZAJNER, visant des produits en classe 43,
- LAGUIOLE, semi-figurative, enregistrée sous le n°3 263 291 le 16 décembre 2003 détenue par Gilbert SZAJNER, visant des produits en classe 03, 04, 08, 09, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 18, 20, 21, 22, 24, 25, 26, 27, 28, 34, 38, 42, 43 et 44,
- BISTROT LAGUIOLE enregistrée sous le n°3 263 288 le 16 décembre 2003 détenue par Gilbert SZAJNER et enregistrée sous le n°3 256 636 visant des produits en classe 08 et 43 le 13 novembre 2003 détenue par Gilbert SZAJNER, visant des produits en classe 29, 30 et 32,
- LES CHOSES SURES LAGUIOLE, semi-figurative, enregistrée sous le n°3 326 831 le 30 novembre 2004 détenue par Gilbert SZAJNER, visant des produits en classe 25,
- LAGUIOLE INNOVE LA TRADITION enregistrée sous le n°3 468 615 le 11 décembre 2006 détenue par Gilbert SZAJNER, visant des produits en classe 08, 09, 14, 16 et 34,
- LAGUIOLE SHOPPER enregistrée sous le n°3 468 616 le 11 décembre 2006 détenue par Gilbert SZAJNER, visant des produits en classe 08, 09, 12, 16, 18, 25 et 34,
- BARON LAGUIOLE enregistrée sous le n°3 518 815 le 7 août 2007 détenue par Gilbert SZAJNER, visant des produits en classe 33,
- LAGUIOLE CUISINIER DE PERE EN FILS enregistrée sous le n°3 614 716 le 1er décembre 2008 détenue par Gilbert SZAJNER visant des produits en classe 18, 20, 24, 25, 29, 30, 31, 32, 33 et 43 et enregistrée sous le n°3 568 289 le 9 avril 2008 détenue par Gilbert SZAJNER visant des produits en classe 8, 11 et 21,
- DOMAINE LAGUIOLE, semi-figurative, enregistrée sous le n°3 402 440 le 9 janvier 2009 détenue par Gilbert SZAJNER, visant des

produits en classe 03, 08 et 21,  
- LAGUIOLE GENERATION, semi-figurative, enregistrée sous le n°3 624 569 le 23 janvier 2009 détenue par Louis SZAJNER, visant des produits en classe 8, 9, 14, 18, 25 et 34,  
- LAGUIOLE, semi-figurative, enregistrée sous le n°3 628 607 le 10 février 2009 détenue par Gilbert SZAJNER, visant des produits en classe 31,  
- LAGUIOLE LE JARDINIER, semi-figurative, enregistrée sous le n°3 633 406 le 2 mars 2009 détenue par Louis SZAJNER, visant des produits en classe 1, 5, 6, 7, 8, 9, 11, 12, 13, 21, 22, 25, 26, 27, 28, 31 et 44,  
- LAGUIOLE PREMIUM, semi-figurative, enregistrée sous le n°3 642 134 le 6 avril 2009 détenue par Louis SZAJNER, visant des produits en classe 6, 7, 8, 11, 14, 20 et 21.

La SAS LAGUIOLE LICENCES a été créée en 2009 et a pour activité le bail de licences ou de sous-licences sur tous produits et/ou services de quelque nature qu'ils soient.

La SA POLYFLAME EUROPE SA a été créée en 1995, et commercialise auprès de revendeurs (bureaux de tabacs, etc.) des produits de ses propres marques et des produits de marques sous licence ; ainsi son catalogue des « Produits Laguiole » est accessible sur son site, [www.polyflamme.com](http://www.polyflamme.com) et sur le site [www.laguiole.tm.fr](http://www.laguiole.tm.fr).

La SAS INOVALK a été créée en 2009, et commercialise des meubles d'extérieurs sous « la marque Laguiole » : ses produits sont présentés sur son site internet [www.laguiole-outdoorfurniture.com](http://www.laguiole-outdoorfurniture.com) et sur le site [www.laguiole.tm.fr](http://www.laguiole.tm.fr), où, le catalogue de vente est téléchargeable.

La SAS GARDEN MAX, dont le nom commercial est COOK'IN GARDEN, a été créée en 2006 et commercialise des barbecues et accessoires sous le nom « LAGUIOLE ». Le catalogue de ses produits est mis en ligne sur le site [www.laguiole.tm.fr](http://www.laguiole.tm.fr).

La SARL LCL PARTNER a été créée en 2001 et commercialise des chaussures de randonnées « LAGUIOLE » ; Le catalogue de ses produits est accessible sur le site [www.laguiole.tm.fr](http://www.laguiole.tm.fr).

La société TENDANCE SEDUCTION a été créée en 2005 et distribue une gamme de parfums « LAGUIOLE », dont le catalogue des produits est accessible sur le site [www.laguiole.tm.fr](http://www.laguiole.tm.fr).

La SARL SIMCO CASH a été créée en 2006 et commercialise des casseroles, poêles et accessoires de cuisine sous un nom « LAGUIOLE », présentés comme « LAGUIOLE INNOVE LA TRADITION® ». Le catalogue des produits est en ligne sur le site internet [www.laguiole.tm.fr](http://www.laguiole.tm.fr).

La SAS LUNETTES FOLOMI commercialise différents modèles de lunettes sous la marque « LAGUIOLE ». Le catalogue de produits est en ligne sur son site internet [www.lunettes-laguiole.fr](http://www.lunettes-laguiole.fr) et sur le site [www.laguiole.tm.fr](http://www.laguiole.tm.fr).

La SARL THE BRANDS COMPANY (TBC) a été créée en 2008 et distribue différentes gammes de vêtements et accessoires d'extérieur

« LAGUIOLE ». Le catalogue de ses produits est accessible sur le site internet [www.laguiole.tm.fr](http://www.laguiole.tm.fr).

La SA CLISSON a été créée en 1982 et commercialise une gamme d'engrais et de produits phytosanitaires bio « LAGUIOLE », dont le catalogue est disponible sur le site internet [www.laguiole.tm.fr](http://www.laguiole.tm.fr).

La société de droit belge BYTTEBIER HOME TEXTILES a été créée en 1945 et commercialise une ligne de linge de maison « LAGUIOLE » en France et au Bénélux. Le catalogue de produits est disponible sur son site internet [www.byttebier-textiles.com](http://www.byttebier-textiles.com) et sur le site [www.laguiole.tm.fr](http://www.laguiole.tm.fr).

Aucun des produits commercialisés sous la marque "LAGUIOLE" et ses différentes déclinaisons n'est fabriqué sur le ressort de la Commune de LAGUIOLE.

C'est dans ce contexte que la commune a assigné devant le Tribunal de grande instance de PARIS la société GTI-GIL TECHNOLOGIES afin d'obtenir la nullité de ses marques et sa condamnation pour publicité fausse ou de nature à induire en erreur.

Par jugement du 23 avril 1997, le Tribunal de grande instance de Paris a fait droit à l'ensemble des demandes de la Commune ; ce jugement était partiellement infirmé par un arrêt du 03 novembre 1999 de la Cour d'appel de Paris. La Cour a notamment jugé que l'emploi du nom « Laguiole » ne constituait pas, « une indication de provenance de nature à tromper le public sur l'origine des produits ou des services commercialisés », qui justifierait que la Commune puisse valablement s'y opposer.

Le 28 février 2009 la Commune de LAGUIOLE a déposé à son tour une demande d'enregistrement de la marque française semi-figurative «LAGUIOLE » sous le n°09 3633765 pour désigner des produits et services couverts par les classes 6, 8, 14, 16, 18, 20, 21, 25, 28, 32, 34, 35, 40 et 41. Le 28 mai 2009, Gilbert SZAJNER a formé une opposition à l'encontre de cette demande d'enregistrement en revendiquant l'antériorité de ses droits sur le nom « Laguiole », fondée sur deux marques communautaires semi-figuratives « LAGUIOLE » dont il est titulaire.

C'est dans ces conditions que la Commune de LAGUIOLE a assigné devant le Tribunal de Grande instance de PARIS par actes des 31 mai, 03, 08, 10,15 juin, 15 juillet et 28 septembre 2010, :

- Gilbert SZAJNER,
- Louis SZAJNER,
- la SA LAGUIOLE SA,
- la SAS LAGUIOLE LICENCES SAS,
- la SA POLYFLAME EUROPE,
- la SIMCO CASH,
- la SAS LUNETTE FOLOMI,
- la SAS GARDEN MAX,
- la SAS INOVALK,
- la SARL LCL PARTNER,
- la SASU TENDANCE SEDUCTION,
- la SA CLISSON,

- la société de droit belge BYTTEBIER HOME TEXTILES
- la SARL THE BRANDS COMPANY (TBC).

Le 29 juin 2011, la Division d'annulation de l'OHMI a rendu plusieurs décisions sur les oppositions à 4 marques communautaires déposées par Gilbert et Louis SZAJNER et la société LAGUIOLE en les rejetant.

Le 29 août 2011 la Commune de LAGUIOLE a formé un recours devant la Chambre des recours à l'encontre des décisions de la Division de l'Annulation.

Suivant dernières conclusions signifiées le 15 mai 2012, auxquelles le Tribunal se réfère expressément par visa pour un plus ample exposé des moyens et prétentions, **la COMMUNE DE LAGUIOLE** a conclu à l'irrecevabilité et à tout le moins au rejet des moyens et prétentions soulevés par Gilbert et Louis SZAJNER, les sociétés LAGUIOLE SA, LAGUIOLE LICENCES SAS, POLYFLAME EUROPE, INOVALK, GARDEN MAX, LCL PARTNERS, TENDANCE SEDUCTION, SIMCO CASH, LUNETTE FOLOMI, CLISSON, THE BRANDS COMPANY (TBC) et BYTTEBIER HOME TEXTILES SA.

A titre principal, elle a sollicité sous le bénéfice de l'exécution provisoire :

- l'arrêt par l'ensemble des défendeurs sans délai de la diffusion, sur tous supports, des messages visés dans le paragraphe 4.1. de leurs conclusions « Les pratiques commerciales trompeuses » et plus généralement de toute référence à la Commune de LAGUIOLE, sous astreinte de 100.000 Euros par infraction constatée à compter de la signification du jugement à intervenir,
- la destruction par l'ensemble des défendeurs de tout document comportant les messages visés au paragraphe 4.1. de leurs conclusions « Les pratiques commerciales trompeuses » et, plus généralement, toute référence à la Commune de LAGUIOLE, devant tel Huissier qu'il plaira au Tribunal de désigner, aux frais exclusifs des défendeurs, et ce dans un délai d'un mois à compter de la signification du jugement à intervenir, sous astreinte de 50.000 Euros par jour de retard constaté,
- la nullité des marques de Gilbert et Louis SZAJNER et de la société LAGUIOLE SA pour fraude, déceptivité, absence de caractère distinctif, atteinte à l'ordre public,
- l'inscription par Gilbert et Louis SZAJNER et par la SA LAGUIOLE au Registre National des Marques du jugement à intervenir, dans un délai d'un mois à compter de sa signification, sous astreinte de 50.000 Euros par jour de retard constaté.

A titre subsidiaire, elle a demandé la déchéance des droits de Gilbert et Louis SZAJNER et de la société LAGUIOLE SA sur leurs marques pour usage trompeur.

A titre infiniment subsidiaire, elle a sollicité la déchéance des droits de Gilbert et Louis SZAJNER et de la SA LAGUIOLE sur leurs marques pour non usage de leurs marques.

En tout état de cause, elle a demandé la condamnation de :

- \* Gilbert SZAJNER à lui verser la somme de 680.000 Euros,
- \* Louis SZAJNER à lui verser la somme de 120.000 Euros,
- \* la SA LAGUIOLE à lui verser la somme de 700.000 Euros,
- \* la société INOVALK à lui verser la somme 10.000 Euros,

- \* la société POLYFLAME EUROPE à lui verser la somme 850.000 Euros,
- \* la société LUNETTE FOLOMI à lui verser la somme 1 millions d'Euros,
- \* la société THE BRANDS COMPANY (TBC) à lui verser la somme 150.000 Euros,
- \* chacune des sociétés Laguiole LICENCES SAS, GARDEN MAX, LCL PARTNERS, TENDANCE SEDUCTION, SIMCO CASH, CLISSON, et BYTTEBIER HOME TEXTILES SA à lui verser la somme de 70.000 Euros,
- \* Gilbert SZAJNER et de la société LAGUIOLE SA à lui verser solidairement la somme de 1 million d'Euros en réparation du préjudice moral qu'elle subit au titre de la création frauduleuse d'un monopole fondé sur son nom, à son détriment et à celui de ses administrés, de la multiplication des procédures d'opposition à leur encontre, de la réitération des atteintes sans égard pour les décisions judiciaires les ayant précédemment condamnés,
- \* Gilbert et Louis SZAJNER, des sociétés LAGUIOLE SA, LAGUIOLE LICENCES SAS, POLYFLAME EUROPE, INOVALK, GARDEN MAX, LCL PARTNERS, TENDANCE SEDUCTION, SIMCO CASH, LUNETTE FOLOMI, CLISSON, THE BRANDS COMPANY (TBC) et BYTTEBIER HOME TEXTILES SA à lui verser la somme de 50.000 Euros au titre de l'article 700 du Code de procédure civile.

Elle a enfin demandé une mesure de publication judiciaire aux frais des défendeurs condamnés solidairement.

La Commune de LAGUIOLE a fondé ses demandes sur les articles L.711-1, L.711-2, L.711-3, L.711-4, L.712-1, L.714-3 al.1er, L.714-5, L.714-6 du Code de la propriété intellectuelle, sur le principe « Fraus omnia corrumpit », L.120-1, L.121-1 du Code de la consommation, et 1382 du Code civil.

Elle a d'abord soutenu qu'elle était recevable à agir dans le cadre de la présente instance aux motifs que :

- \* une collectivité territoriale, personne morale de droit public, avait la charge de préserver les intérêts de ses administrés,
- \* les communes bénéficiaient ainsi d'une « clause de compétence générale » qui leur donnait qualité pour agir sur l'ensemble des domaines de l'action publique mettant en jeu un intérêt public local,
- \* depuis 2002, les communes avaient un domaine d'intervention économique, directement lié à une volonté d'attractivité territoriale, de sauvegarde et développement des emplois.

Elle a également relevé que depuis de nombreuses années, elle investissait pour développer son attractivité touristique et faire de Laguiole un lieu touristique incontournable et qu'elle était une localité de terroir renommée pour ses nombreux produits tels que le couteau, le fromage, l'élevage et, plus largement, sa gastronomie.

Dès lors, elle a expliqué qu'à la fin des années 80, en relançant la production coutelière locale, elle avait contribué à asseoir la notoriété du lieu où était né ce couteau de grande qualité.

Elle a donc conclu que le couteau Laguiole était associé à elle, peu importe qu'il n'y soit plus exclusivement fabriqué.



Elle a ensuite soutenu que :

- les défendeurs s'étaient rendus coupables de pratiques commerciales trompeuses de nature à induire en erreur le consommateur,
  - l'utilisation trompeuse du nom « Laguiole » à cette fin induisait les consommateurs en erreur sur l'origine des produits commercialisés par les défendeurs,
  - les défendeurs avaient instrumentalisé son nom et portaient atteinte à son nom, son image et à sa renommée,
  - les défendeurs s'étaient rendus coupables d'agissements parasitaires.
- En effet, elle a expliqué que les marques de Gilbert SZAJNER, de Louis SZAJNER et de la SA LAGUIOLE créaient une confusion avec son nom, étaient dépourvues du caractère distinctif nécessaire à leur validité au motif que le nom « LAGUIOLE » était constitutif d'une indication de provenance, portaient atteinte à son nom, à sa renommée et à son image et que leur dépôt revêtait un caractère frauduleux.

Elle a expliqué que Gilbert SZAJNER et Louis SZAJNER avaient organisé un réseau de licences afin de valoriser leurs marques et que l'opacité entretenue par Gilbert SZAJNER et les sociétés LAGUIOLE SA et LAGUIOLE LICENCE SAS ne permettait pas de distinguer les rôles de chacun dans le réseau.

Elle a également relevé que les éléments du dossier permettaient d'établir que tous les contrats de licence « Laguiole » étaient identiques.

Elle a notamment reproché la promotion fondée sur une seule et unique marque « Laguiole » et l'uniformisation des catalogues de produits sous marques autour de son image rurale, alors que toutes les marques litigieuses étaient fondées sur l'élément verbal dominant « LAGUIOLE ». Ainsi, elle a reproché aux licenciés le fait que leurs catalogues, en ce qu'ils se référaient à elle, induisaient nécessairement en erreur le consommateur quant à la provenance des produits proposés.

Elle a souligné que les licenciés étaient également responsables des mêmes actes de publicité de nature à tromper le consommateur, par l'utilisation des différents codes lui faisant penser à une origine locale des produits. En effet, elle a allégué qu'elle établissait par les résultats de l'enquête PANEL WEB et de l'étude réalisée via Facebook qui concordait, que le consommateur faisait un lien indubitable entre les « Produits LAGUIOLE » et elle, la signature « LAGUIOLE » étant perçue comme gage de qualité.

Elle a contesté que le litige porte sur le même objet que celui ayant donné lieu à l'arrêt rendu par la Cour d'appel de Paris, le 03 novembre 1999, dans une affaire l'ayant opposée à la société GTI GIL, cette affaire portant sur la nullité de marques françaises en raison de leur caractère trompeur et de l'antériorité constituée par le nom géographique « LAGUIOLE » (LAGUIOLE n°93480950, LAGUIOLE LA LEGENDE n°93485514, LAGUIOLE n°93491857, LAGUIOLE INTERNATIONAL n°94515283, LAGUIOLE n°94544784), alors qu'en l'espèce, elle soulevait à titre principal le caractère frauduleux du dépôt, à titre subsidiaire, la déchéance pour usage trompeur, et à titre infiniment subsidiaire, la déchéance pour non usage de ces mêmes marques.

Elle a indiqué que les marques litigieuses étaient nulles sur 3 fondements différents à savoir l'atteinte au nom et à la renommée

d'abord, à l'image de la commune ensuite et enfin le dépôt frauduleux des marques. Elle a ainsi précisé qu'une marque ou un signe distinctif était illicite s'il s'avérait contraire à l'ordre public ou aux bonnes mœurs, par l'atteinte au nom et à la renommée mais aussi à l'image d'une commune.

En défense, par dernières conclusions signifiées le 10 mai 2012, auxquelles le Tribunal se réfère expressément par visa pour un plus ample exposé des moyens et prétentions, **Gilbert et Louis SZAJNER, et les sociétés LAGUIOLE SA et LAGUIOLE LICENCES** ont d'abord demandé le rejet des dernières conclusions signifiées par la demanderesse compte tenu du volume des écritures et pièces versées par la demanderesse, injustifié dans le cadre d'un affaire de marque en vertu des articles 15 et 16 du Code de procédure civile, où à tout le moins l'enjoindre à les synthétiser.

Ensuite, ils ont conclu à l'irrecevabilité des demandes formées par la Commune de LAGUIOLE et en tout cas, à leur rejet.

Reconventionnellement, ils ont demandé la condamnation de la Commune de LAGUIOLE à leur verser les sommes de :

\* 50.000 Euros à titre de dommages et intérêts pour procédure abusive et dénigrement,

\* 30.000 Euros chacun au titre des frais irrépétibles.

Ils ont également conclu à l'irrecevabilité ou à tout le moins au rejet des demandes en garanties formées par les sociétés TBC, GARDEN MAX, FOLOMI, SIMCO CASH, CLISSON, BYTTEBIER, LCL PARTNER et INOVALK à leur encontre.

Au titre des pratiques commerciales trompeuses, ils ont d'abord soutenu que la Commune de LAGUIOLE était irrecevable à agir sur le fondement des pratiques commerciales trompeuses en qualité de collectivité territoriale, la présente action concernant un domaine privé. Sur le fond, ils ont expliqué exploiter plusieurs marques qui étaient la déclinaison d'une marque principale « laguiole » et qu'aucune solidarité entre eux ne pouvait être présumée.

Par ailleurs, ils ont contesté que le consommateur fasse un lien entre la Commune de LAGUIOLE et les produits vendus sous leurs licences, au motif il n'était pas établi que, pour la plus grande partie du public, le nom « LAGUIOLE » bénéficiait d'une réputation pour les produits exploités sous les marques litigieuses « LAGUIOLE », ni d'ailleurs qu'il évoquait une localité.

Ils ont aussi soutenu que le mot laguiole était générique et courant.

Ils ont aussi relevé que les catalogues ne comportaient aucune mention trompeuse et que dans certains catalogues, le mot laguiole était manifestement utilisé à titre de marque et non comme indication de provenance.

Ils ont également réfuté commettre des actes de parasitisme, contestant usurper l'identité de la Commune de LAGUIOLE.

Ils ont donc précisé que si aujourd'hui leurs marques Laguiole étaient reconnues du public et considéré comme gage de qualité, c'était le résultat de près de 20 ans d'investissements importants en communication.

Sur les demandes en nullité de leurs marques, ils ont d'abord fait valoir que les demandes étaient irrecevables au regard de l'autorité de la chose jugée au motif que :

- les marques verbales et complexes « LAGUIOLE », dont la Commune avait poursuivi la nullité devant les juridictions françaises, avaient été déposées il y a plus de 15 ans,
- elles étaient constituées soit du seul terme « LAGUIOLE » soit du dessin d'une abeille sous lequel est inscrit le mot « LAGUIOLE », l'ensemble étant entouré d'un cartouche de forme sensiblement ovale,
- ces marques ont été enregistrées sous les numéros 93.480.950, 93.491.857, 93.485.514, 94.544.784 et 651.307, déposées pour désigner divers produits de la classification internationale, et notamment les produits des classes 3, 5, 6, 9, 10, 12, 13, 14, 15, 16, 18, 20, 21, 22, 24, 25, 28 et 34 avaient fait l'objet d'une première instance en nullité, sur le fondement des dispositions de l'article L 711-3 c du Code de la propriété intellectuelle, ayant donné lieu à l'arrêt de la Cour d'appel de Paris du 3 novembre 1999, qui déboutait la Commune de LAGUIOLE de cette demande,

- la validité de ces marques déposées en 1993 et 1994 avait été définitivement jugée.

Ils ont également invoqué la forclusion par tolérance de l'article L714-3 alinéa 3 du Code de la propriété intellectuelle, leur bonne foi devant être présumée et la preuve de leur mauvaise foi dans le cadre des dépôts reprochés n'étant pas démontrée.

Sur le fond, ils ont souligné que le dépôt d'un nom géographique était légal et qu'en tout état de cause, il n'y avait aucun risque de confusion avec la Commune de LAGUIOLE, au regard de l'absence de similarité entre les produits prétendus notoirement connus et les produits dont la réservation était reprochée.

Enfin, ils ont expliqué que les fondements invoqués au titre de la nullité des marques ne pouvaient être retenus.

Ils ont contesté également le bien fondé des demandes subsidiaires formées à leur encontre en déchéance des mêmes marques, pour non usage et usage trompeur, ainsi que les préjudices invoqués.

Ils ont indiqué qu'ils ne devaient pas de garantie d'éviction à leurs licenciés.

Par dernières conclusions signifiées le 12 avril 2012, auxquelles le Tribunal se réfère expressément par visa pour un plus ample exposé des moyens et prétentions, **la société POLYFLAME EUROPE** a conclu à l'irrecevabilité des demandes formées par la Commune de LAGUIOLE à son encontre à titre principal, au rejet de l'extrait de la pièce PICCIO n°37 non traduite, ainsi que les pièces PICCIO n°39-1, 39-2, 39-3 et 40.

Elle a demandé le rejet des demandes formées à son encontre.

A titre subsidiaire, si le Tribunal considérait qu'étaient établies des pratiques commerciales trompeuses et des actes de parasitisme à son égard, elle a relevé que la solidarité des condamnations à sa charge devait être limitée au préjudice subi par la Commune de LAGUIOLE en raison du seul fait des actes commis par elle.

Reconventionnellement, elle a sollicité :

- \* la publication du jugement à intervenir dans cinq journaux ou publications de son choix et ce, au frais de la Commune de LAGUIOLE, sans que le coût de chaque insertion puisse excéder la somme de 5.000 Euros ht, soit la somme totale de 25.000 Euros ht,

\* la condamnation de la Commune de LAGUIOLE à lui verser la somme de 50.000 Euros à titre de dommages-intérêts pour procédure abusive.

En tout état de cause, elle a demandé la condamnation de la Commune de LAGUIOLE à lui payer la somme de 20.000 Euros au titre des frais irrépétibles.

La société POLYFLAME EUROPE a fondé sa défense sur les articles 2 de la Constitution, L120-10 du Code de la consommation, 1202, 1382 du Code civil, et sur la loi du 4 août 1994.

Elle a expliqué que la demanderesse était irrecevable à agir à son encontre pour défaut d'intérêt à agir et que ses demandes concernant la nullité des marques étaient forcloses en se rapportant aux explications des défendeurs principaux.

Elle a précisé qu'elle exploitait les marques contestées depuis l'année 2001.

Elle a soutenu que :

- elle n'avait commis aucune faute constituée par des pratiques commerciales trompeuses ou des actes de parasitisme,
- la Commune de LAGUIOLE ne rapportait pas la preuve d'un quelconque préjudice du fait des prétendus actes de pratiques commerciales trompeuses et de parasitisme qu'elle lui reprochait,
- la procédure diligentée par la Commune de LAGUIOLE à son encontre était abusive.

Ainsi, elle a relevé que le grief de tromperie sur la provenance et l'origine ne pouvait être constitué que si le nom de lieu avait acquis une réputation pour les produits en cause, ce qui n'était pas le cas en l'espèce au regard des références locales proches de la Commune de LAGUIOLE invoquées, dont la réputation particulière n'était pas prouvée pour les produits qu'elle commercialisait, comme les stylos billes, les briquets, les boîtes à cigarettes, les montres, les réveils, le matériel de pêche, les pinces multi-fonctions, les couteaux, les accessoires du vin, notamment tire-bouchons, sommeliers, bouchons, les ciseaux, les set de barbecue, les services de table (fourchette, couteau et cuillère), les ustensiles de cuisine, le moulin à poivre et à sel, le set à pizza, le set à découper le saumon, le plateau à fromage et couteau à fromage, le set à foie gras, la planche à découper, le set à huîtres et le set à découper.

Elle a d'ailleurs souligné qu'elle ne s'adressait qu'à des professionnels qui ne pouvaient pas douter sur l'origine des produits.

De même, elle a soutenu que le consommateur moyen comme le professionnel n'associera pas la photographie de montagne enneigée sur son catalogue avec le domaine montagnard de la Commune de LAGUIOLE.

Elle a également contesté que :

- le consommateur, qui lira sur le site Internet [www.polyflame.com](http://www.polyflame.com) une partie du texte « quelques légendes, rumeurs et traditions » édité par la SA LAGUIOLE, effectuera un lien entre d'une part les produits présentés sur son site Internet sous la marque LAGUIOLE et d'autre part la Commune,
- l'emploi des couleurs et matériaux pour la fabrication de ses produits ferait référence à une méthode traditionnelle, laquelle conduirait le consommateur à les associer à la Commune de LAGUIOLE, le bois étant au contraire un matériel couramment usité pour du matériel de cuisine, de même que les couleurs beige et marron.

Elle a mis en doute la fiabilité des méthodes de sondage employées et donc des résultats.

Suivant dernières conclusions signifiées le 12 avril 2012, auxquelles le Tribunal se réfère expressément par visa pour un plus ample exposé des moyens et prétentions, **la SARL THE BRANDS COMPANY (TBC)** a conclu à titre principal à l'irrecevabilité des demandes formées par la Commune de LAGUIOLE, à tout le moins à leur rejet tant à son encontre qu'en annulation des marques litigieuses.

A titre subsidiaire, dans l'hypothèse où le Tribunal prononcerait la nullité des marques semi-figurative « LAGUIOLE » n° 326 32 91, figurative « LAGUIOLE » n°988 177 58 et marque figurative n° 327 43 01, elle a demandé :

\* la nullité des contrats de licence conclus les 09 avril 2008, 1<sup>er</sup> septembre 2008, 02 avril 2009 et 1<sup>er</sup> septembre 2010 entre elle d'une part et Gilbert SAJNER, la Société LAGUIOLE SA et la Société LAGUIOLE LICENCES SAS d'autre part,

\* la condamnation in solidum de Gilbert SAJNER, de la Société LAGUIOLE SA et de la Société LAGUIOLE LICENCES SAS à lui restituer la totalité des redevances versées depuis la conclusion desdites licences.

En tout état de cause, elle a sollicité la condamnation de la Commune de LAGUIOLE à lui verser la somme de 8.000 Euros par application des dispositions de l'article 700 du Code de procédure civile.

Elle a d'abord relevé que les demandes de la Commune de LAGUIOLE étaient irrecevables pour défaut de qualité ou d'intérêt à agir.

Elle a aussi indiqué que les demandes à son encontre étaient irrecevables, en ce que les demandes étaient vagues à son égard.

Elle a ensuite expliqué que les demandes de la Commune de LAGUIOLE étaient paradoxales en ce qu'elle sollicitait la réparation d'une atteinte à ses intérêts extrapatrimoniaux, et plus précisément à l'usage abusif de son nom, considéré comme attribut de sa personnalité, sur le fondement d'action relatives à des atteintes à des intérêts patrimoniaux.

Elle a contesté les reproches qui lui étaient faits par la demanderesse en expliquant qu'il n'était pas établi de lien entre les produits qu'elle commercialisait, à savoir des vêtements, et la Commune de LAGUIOLE, qui en tout état de cause n'était pas connue.

Enfin, elle a fait valoir que la Commune de LAGUIOLE ne démontrait aucun préjudice indemnisable.

Par dernières conclusions séparées signifiées le 12 avril 2012, auxquelles le Tribunal se réfère expressément par visa pour un plus ample exposé des moyens et prétentions, **la SARL T.S.P., anciennement dénommée TENDANCE SEDUCTION, la SAS INOVALK, la SA CLISSON, la SARL LCL PARTENER, la société BYTTEBIER HOME TEXTILES SA** ont conclu à l'irrecevabilité des demandes de la Commune de LAGUIOLE à leur encontre.

A titre subsidiaire, elles ont demandé le rejet des demandes formées à leur encontre.

La SAS INOVALK, la SA CLISSON, la SARL LCL PARTNER et la société BYTTEBIER HOME TEXTILES SA ont demandé la garantie le cas échéant de Gilbert SZAJNER, de Louis SZAJNER de la SA

LAGUIOLE et de la SAS LAGUIOLE LICENCES.

A titre reconventionnel, elles ont demandé la condamnation de la Commune de LAGUIOLE à leur verser à chacune les sommes de :

- 25.000 Euros à titre de dommages et intérêts pour procédure abusive,
- 10.000 Euros au titre des frais irrépétibles.

Elles ont fondé leur défense sur les articles 31 et 32 du Code de procédure civile, L120-1 et L121-1 du Code de la consommation, 1202 et 1382 du Code civil, les disposition du Livre VII du Code de propriété intellectuelle.

Elles ont invoqué le défaut de qualité et d'intérêt à agir de la Commune de LAGUIOLE.

Ensuite, elles ont expliqué qu'elles n'avaient commis aucun acte de pratiques commerciales trompeuses ni d'agissements parasitaires.

Enfin, elles ont indiqué que la Commune de LAGUIOLE n'avait subi aucun préjudice du fait des prétendues pratiques commerciales trompeuses et agissements parasitaires.

Elles ont donc invoqué le caractère abusif de la procédure diligentée par la Commune de LAGUIOLE.

Suivant dernières conclusions signifiées le 12 avril 2012, auxquelles le Tribunal se réfère expressément par visa pour un plus ample exposé des moyens et prétentions, **la SAS LUNETTES FOLOMI** a conclu à l'irrecevabilité des demandes formées à son encontre ou à tout le moins à leur rejet.

Subsidiairement, elle a demandé la condamnation de la société LAGUIOLE SA à la relever et garantir de toutes condamnations prononcées à son encontre ainsi qu'à lui restituer les redevances versées par elle à la société LAGUIOLE SA depuis le début de la présente instance un montant de 108.386,10 Euros ht (129.629,78 Euros ttc) correspondant à la période de juin à décembre 2010, sauf à parfaire.

En cas d'annulation ou de déchéance des marques données en licence, elle a sollicité la condamnation de la société LAGUIOLE SA à lui verser la somme de 10.610.026 Euros (sauf à parfaire) correspondant à la marge brute moyenne perdue par elle jusqu'au terme du contrat de licence.

Reconventionnellement, elle a demandé des mesures de publication du jugement et la condamnation de la Commune de LAGUIOLE à lui verser les sommes de :

- \* 50.000 Euros à titre de dommages et intérêts pour procédure abusive,
- \* 25.000 Euros au titre de l'article 700 du Code de procédure civile.

La SAS LUNETTES FOLOMI a fondé sa défense sur les articles 31, 32 et 480 du Code de procédure civile, 1382, 1126 et suivants, 1626 et suivants, 2224 du Code civil, et sur les dispositions du Livre VII du Code de la propriété intellectuelle.

Elle a fait valoir que la Commune de LAGUIOLE était dépourvue de toute qualité et d'intérêt à agir concernant les demandes formulées au titre de pratiques commerciales trompeuses et d'agissements parasitaires.

Elle a fait valoir qu'elle n'avait pas eu recours à des pratiques commerciales trompeuses ni à des actes de parasitisme

Elle a également soutenu que les marques « LAGUIOLE » données en licence étaient parfaitement valables et que par ailleurs, les titulaires de

ces marques « LAGUIOLE » qui lui sont données en licence n'encouraient pas la déchéance de leurs droits.

Elle a aussi expliqué que la Commune de Laguiole ne rapportait pas la preuve du préjudice allégué.

Elle a souligné que le cas échéant, les condamnations prononcées ne pouvaient être solidaires.

A titre subsidiaire, elle a relevé que la société LAGUIOLE SA était débitrice d'une obligation de garantie à son bénéficiaire

Par dernières conclusions signifiées le 04 avril 2012, auxquelles le Tribunal se réfère expressément par visa pour un plus ample exposé des moyens et prétentions, **la SAS GARDEN MAX** a conclu à l'irrecevabilité des demandes de la Commune de LAGUIOLE à son encontre.

A titre subsidiaire, elle a sollicité le rejet de ces demandes.

Elle a demandé la garantie, le cas échéant, de Gilbert SZAJNER, de Louis SZAJNER de la SA LAGUIOLE et de la SAS LAGUIOLE LICENCES ainsi que la condamnation de Gilbert et de Louis SZAJNER et de la société LAGUIOLE SA à lui restituer les redevances versées depuis l'introduction de la présente instance à savoir le 4 juin 2010 jusqu'au prononcé dudit jugement, en application de la garantie d'éviction.

A titre reconventionnel, elle a demandé la condamnation de la Commune de LAGUIOLE à lui verser les sommes de :

- 25.000 Euros à titre de dommages et intérêts pour procédure abusive,
- 15.000 Euros au titre des frais irrépétibles.

La SAS GARDEN MAX a fondé ses demandes sur les articles 31 et 122 du Code de procédure civile, L.120-1 et L.121-1 du Code de la consommation, L.711-1 et suivants du Code de la propriété intellectuelle, 1202, 1315, 1382 et 1626 du Code civil.

Elle a fait valoir que :

- la Commune de LAGUIOLE était dépourvue de toute qualité et d'intérêt à agir,
- elle n'avait commis aucune pratique commerciale trompeuse ni aucun acte de parasitisme au préjudice de la Commune de LAGUIOLE,
- la Commune de LAGUIOLE n'avait subi aucun préjudice du fait des prétendues pratiques commerciales trompeuses et du parasitisme qui lui étaient reprochés,
- la procédure intentée par la Commune de LAGUIOLE à son encontre était abusive.

Par dernières conclusions signifiées le 10 avril 2012, auxquelles le Tribunal se réfère expressément par visa pour un plus ample exposé des moyens et prétentions, **la SARL SIMCO CASH** a conclu au rejet de l'ensemble des demandes formées à son encontre.

A titre subsidiaire, elle a demandé la garantie d'une éventuelle condamnation à son encontre par Messieurs SZAJNER, la société LAGUIOLE SA et la société LAGUIOLE LICENCES SAS.

Reconventionnellement, elle a demandé la condamnation de la Commune de LAGUIOLE à lui verser les sommes de :

- \* 15.000 Euros au titre de la procédure abusive,
- \* 10.000 Euros au titre de l'article 700 du Code de procédure civile.

La SARL SIMCO CASH a fondé sa défense sur les articles L 121-1 du

Code de la consommation, l'article 1382 du Code civil, et sur les dispositions du Livre VII du Code de la propriété intellectuelle.

Elle a soutenu que :

- ☐ elle n'avait commis aucune pratique commerciale trompeuse,
- ☐ elle n'avait commis aucun acte de parasitisme,
- ☐ les marques de Gilbert SZAJNER, de Louis SZAJNER et de la société LAGUIOLE SA étaient valides.

La clôture était ordonnée le 24 mai 2012, l'affaire était plaidée le 25 mai 2012 et mise en délibéré au 13 septembre 2012.

### **MOTIFS DE LA DÉCISION :**

#### **1. Sur la demande de rejet des dernières conclusions de la Commune de LAGUIOLE :**

Gilbert et Louis SZAJNER ainsi que la SA LAGUIOLE et la SAS LAGUIOLE LICENCES demandent sur le fondement des articles 15 et 16 du Code de procédure civile le rejet ou à tout le moins la synthétisation des écritures de la demanderesse.

En l'espèce, si les conclusions de la Commune de LAGUIOLE comptent 194 pages, il apparaît que Gilbert et Louis SZAJNER, la SA LAGUIOLE et la SAS LAGUIOLE LICENCES ont été en mesure de répondre aux moyens et arguments de la demanderesse ; la seule longueur importante des écritures comme la masse des pièces ne peuvent suffire à caractériser la violation des principes de loyauté des débats et du contradictoire.

Il y a donc lieu de débouter Gilbert et Louis SZAJNER, la SA LAGUIOLE et la SAS LAGUIOLE LICENCES de leur demande de rejet des dernières écritures de la Commune de LAGUIOLE.

#### **2. Sur la demande de rejet des pièces PICCIO n°37 non traduite, ainsi que des pièces PICCIO n°39-1, 39-2, 39-3 et 40 :**

La pièce PICCIO n°37 est en langue française ; il n'y a donc pas lieu de l'écartier des débats pour défaut de traduction.

La SA POLYFLAME remet en cause la valeur probante des pièces PICCIO n°39-1, 39-2, 39-3 et 40 ; l'absence de valeur probante d'une pièce n'est pas une cause de rejet des débats de celle-ci. En effet, il s'agit d'une question de fond, la valeur probante d'une pièce relevant de l'appréciation du Tribunal. Il y a donc lieu de débouter la SA POLYFLAME de sa demande de rejet des pièces PICCIO n°37, 39-1, 39-2, 39-3 et 40.

#### **3. Sur les demandes au titre de la responsabilité quasi-délictuelle pour pratiques commerciales trompeuses par l'instrumentalisation fautive du nom de la Commune de LAGUIOLE :**

La Commune de LAGUIOLE reproche des fautes constituées par l'instrumentalisation de son nom pour faire croire à une origine locale des produits commercialisés sous les différentes marques LAGUIOLE.



\* sur l'intérêt à agir de la Commune de LAGUIOLE :

Les demandes de la Commune de LAGUIOLE sont fondées sur les principes de la responsabilité civile quasi-délictuelle ; elle entend défendre son nom contre une utilisation qu'elle considère comme abusive et trompeuse par les défendeurs. Dès lors, il s'agit de défendre les intérêts de la Commune ce qu'elle seule est en mesure de faire. La Commune de LAGUIOLE a donc un intérêt à agir dans le cadre de la présente instance, concernant une utilisation qu'elle considère comme fautive de son nom.

\* sur la valeur probante des pièces 39-1, 39-2 et 39-3 du demandeur : les enquêtes par sondages PANELWEB et FACEBOOK des mois de janvier et février 2012 :

La Commune de LAGUIOLE soutient notamment que les fautes des différents demandeurs sont constituées par des pratiques trompeuses pour le consommateur sur l'origine réelle des produits. Afin d'établir cette confusion dans l'esprit du consommateur, elle a d'abord fait réaliser un sondage panel web au mois de janvier 2012 (pièce PICCIO 39.1), dont les conclusions sont contestées par les défendeurs, au regard du panel choisi et de la méthode employée.

En effet, il apparaît que le consommateur interrogé a plus de 35 ans, alors que le consommateur de tout type de produit de consommation courante peut avoir moins de 35 ans. Cette tranche d'âge doit aussi faire partie du panel de personnes interrogées.

Par ailleurs, il a été présenté au panel de personnes interrogées une photographie de produits vendus sous la marque LAGUIOLE et un échantillon d'argumentaire de vente dans le catalogue. Cette démarche fausse la réelle perception du consommateur devant un produit en situation d'achat et constitue dans ces conditions une présentation tendancieuse de la question.

Enfin, il n'a pas été demandé aux personnes interrogées s'ils connaissaient la Commune de LAGUIOLE alors que 92% d'entre elles connaissent la marque LAGUIOLE. Dès lors, il ne peut être déduit valablement que les personnes interrogées font le lien entre les produits commercialisés sous les différentes marques LAGUIOLE, dont il est démontré sa visibilité, et la Commune de LAGUIOLE, dont il n'est pas établi qu'elle est également connue par les personnes interrogées, alors que dans l'étude de notoriété de la Commune de LAGUIOLE réalisée à sa demande au mois d'avril 2010 par l'institut de sondage TNS SOFRES il apparaît notamment que 53% des personnes interrogées n'avaient jamais entendu parler de la Commune de LAGUIOLE.

Il en est de même pour l'étude via facebook réalisée au mois de février 2012 dont la fiabilité quant aux personnes interrogées et leurs réponses ne peut qu'être mise en doute.

Dès lors, il y a lieu de considérer que ces sondages n'apportent pas de garantie de sérieux quant aux réponses apportées. Le Tribunal considère en conséquence que ces documents ne peuvent être probants sur la renommée de la Commune de LAGUIOLE et sur le risque de confusion entre les produits et l'origine géographique.

\* sur les fautes de Gilbert SZAJNER, de Louis SZAJNER, de la SA LAGUIOLE et de la SAS LAGUIOLE LICENCES :

La Commune de LAGUIOLE reproche à la SA LAGUIOLE des références trompeuses à son environnement rural, à sa flore, à son histoire, à ses administrés, à son artisanat par la diffusion sur le site dont elle est éditrice [www.laguiole.tm.fr](http://www.laguiole.tm.fr) d'une brochure (pièce PICCIO 16-18) qui tromperait le consommateur moyen sur l'origine réelle des produits commercialisés sous les marques "LAGUIOLE".

L'ensemble des éléments qui seraient fautifs proviennent d'une brochure : la demanderesse soutient qu'elle est diffusée par la SA LAGUIOLE sur le site Internet [www.laguiole.tm.fr](http://www.laguiole.tm.fr), ce que conteste Gilbert SZAJNER, Louis SZAJNER, la SA LAGUIOLE et la SAS LAGUIOLE LICENCES.

Or, dans le procès-verbal de constat dressé par l'huissier de justice le 24 février 2010 (pièce PICCIO n°6-3) sur le site [www.laguiole-outdoorfurniture.com](http://www.laguiole-outdoorfurniture.com), il apparaît dans la rubrique "histoire" que cette même présentation est signée par [www.laguiole.tm.fr](http://www.laguiole.tm.fr) et la SA LAGUIOLE. Il est donc établi que ce texte est bien rédigé et diffusé auprès de ses licenciés par la SA LAGUIOLE, une partie de ce texte se retrouve d'ailleurs reprise par les licenciés sur chacun de leurs catalogues respectifs.

Le texte apparaît comme étant un rappel historique de 1829 à nos jours, du mot "laguiole", du couteau "laguiole", de l'industrie coutelière. La Commune de LAGUIOLE ne peut pas reprocher à la SA LAGUIOLE de présenter l'histoire du couteau LAGUIOLE, qui porte le même nom que la marque, et sur lequel elle ne détient aucun droit. De même, elle ne fait qu'affirmer sans le démontrer que le lien est forcément fait entre le couteau laguiole et elle, même si les couteaux ne sont pas tous fabriqués sur son ressort ; en effet, il a déjà été indiqué que, dans l'étude de notoriété produite par la demanderesse, 53% des personnes interrogées n'avaient jamais entendu parler d'elle.

Enfin, il convient de relever que le rappel historique ne peut porter à confusion sur l'origine réelle des produits vendus sous la marque puisque le texte se conclut comme suit : "il n'y a pas de vrais ou de faux Laguiole, il n'existe que de vrais ou de faux fabricants, des couteaux de qualité ou de valeur médiocre, des sites de production français, aussi bien à Laguiole depuis 1981, à Thiers que des sites à l'étranger, citons: l'Espagne, le Pakistan et la Chine." Par cette explication, la SA LAGUIOLE après avoir présenté les produits de sa marque ouvre les possibilités de production d'origine des couteaux de type Laguiole commercialisés et ne fait pas du tout le lien avec la Commune de Laguiole sauf pour dire, sans tournure trompeuse, que des couteaux y sont aussi fabriqués comme à Thiers, en Espagne, au Pakistan et en Chine.

Ce texte ne peut donc en aucun cas être considéré comme véhiculant un discours trompeur pour le consommateur sur l'origine réelle des produits commercialisés sous la marque LAGUIOLE.

Il y a donc lieu de considérer que la preuve des fautes invoquées à l'encontre de la SA LAGUIOLE n'est pas établie.

Par ailleurs, il ne peut suffire d'indiquer que Gilbert SZAJNER, Louis SZAJNER, la SA LAGUIOLE et la SAS LAGUIOLE LICENCES interviennent dans le réseau de licence, il n'en demeure pas moins que la Commune de LAGUIOLE doit établir des fautes à l'encontre de chacun d'entre-eux afin de pouvoir rechercher leur responsabilité sur le fondement des dispositions de l'article 1382 du Code civil. Or, elle n'évoque aucune faute personnelle de Gilbert SZAJNER, de Louis SZAJNER comme de la SAS LAGUIOLE LICENCES.

Il y a donc lieu de débouter la Commune de LAGUIOLE de ses demandes contre Gilbert SZAJNER, Louis SZAJNER, la SA LAGUIOLE et la SAS LAGUIOLE LICENCES de ce chef.

\* sur les fautes de la SA POLYFLAME EUROPE :

La Commune de LAGUIOLE reproche à la SA POLYFLAME d'emprunter son image rurale par la présentation de ses produits sur le site Internet [www.polyflamme.com](http://www.polyflamme.com), d'utiliser des références avec une commune, un fleuve ou un monument historique proches d'elle, de commercialiser par exemple un plateau de fromage qui localise notamment le village de Laguiole avec la reprise de l'abeille, alors que l'origine du plateau est la P.R.C., de commercialiser des couteaux et des tires-bouchons sous la marque "Domaine LAGUIOLE" "d'appellation contrôlée", causant ainsi la confusion avec son fromage AOC. Enfin, elle a relevé que la SA POLYFLAME entretenait volontairement le lien entre ses produits et le village de LAGUIOLE, alors qu'ils sont importés de République Populaire de Chine.

La demanderesse reproche également à la SA POLYFLAME l'utilisation des références trompeuses à sa flore, à son histoire, à son artisanat, à ses matériaux.

La Commune de LAGUIOLE fonde sa demande sur la responsabilité quasi-délictuelle ; elle doit donc établir que la présentation des produits par la SA POLYFLAME est fautive en ce qu'elle crée artificiellement un lien avec elle pour le consommateur et qu'elle en subit un préjudice.

D'abord, il convient de relever que la prétendue correspondance entre les références des produits et les sites aux alentours de la Commune de LAGUIOLE ne peut être retenue, en ce que les différents lieux invoqués sont par exemple des restaurants locaux, des petites communes de l'Aveyron ou des lieux qui sont inconnus du consommateur français, qui ne fera donc pas le lien par exemple entre Aubin, Ayssènes, Durenque, Les Raspes et la Commune de LAGUIOLE. La SA POLYFLAME ne commet donc aucune faute en utilisant ces références pour désigner ses produits sous la marque LAGUIOLE.

Par ailleurs, le plateau à fromage litigieux est en forme de carte de France avec la mention de fromages français à savoir Camembert, Langres, Brie, Munster, Epoisses, Comté, Cabichou, Roblochon, Tomme de Savoie, Osseau, Roquefort et Laguiole, cette mention figurait sur la carte du lieu où est situé le lieu de fabrication dudit fromage en France. Aux côtés du mot Laguiole, il est apposé l'abeille. La demanderesse ne peut cependant s'approprier le terme Laguiole quand il est utilisé comme nom de fromage sur un plateau de fromage avec d'autres noms de fromages. Dès lors, la commercialisation de ce

produit ne peut être considérée comme fautive, aucune confusion n'étant entretenue avec la Commune de LAGUIOLE.

De même, la reprise de la marque semi-figurative de l'abeille aux côtés du terme laguiole ne peut là encore engendrer la confusion avec la Commune de LAGUIOLE, le plateau de fromage étant vendu sous la marque LAGUIOLE avec la mention semi-figurative sur la boîte.

Enfin, il convient d'examiner si le consommateur français considérera que le produit provient de la Commune de LAGUIOLE, la marque semi-figurative étant apposée aux côtés du nom du fromage sur le plateau. A supposer que la Commune de LAGUIOLE soit renommée et connue du consommateur français, il ne percevra pas que cette apposition sur le plateau de fromage constitue une indication de provenance de ce produit : le consommateur fait la distinction entre l'utilisation du terme "laguiole" comme marque et ici aussi comme nom de fromage, et perçoit plutôt cette mise en relation comme étant un clin d'oeil entre le nom de la marque et le nom du fromage. Faut-il le préciser, le consommateur est aussi doté d'un certain sens de l'humour. Dès lors, le consommateur ne pensera pas qu'il est fait référence à la Commune de LAGUIOLE, et ce d'autant qu'il est fait mention au dos que le produit est fabriqué en P.R.C. et non pas en France.

De même, la Commune de LAGUIOLE ne peut sérieusement prétendre que des références générales dans son catalogue de vente des produits sous la marque LAGUIOLE à la montagne par l'utilisation de photographies de paysages et de flore montagnards entretient une confusion sur l'origine des produits, la Commune de LAGUIOLE n'étant pas pour le consommateur français la station de montagne ou de plein air de référence.

La Commune de LAGUIOLE reproche, en outre, à la SA POLYFLAME de reprendre la présentation faite par les sociétés LAGUIOLE, concernant "quelques légendes, rumeurs et traditions". Il convient de relever que le texte se divise en deux parties qui se veulent chronologiques :

\* "quelques légendes, rumeurs et traditions", avant la création de la marque,

\* "1993 et à ce jour", depuis le dépôt des marques.

Dans le texte "quelques légendes, rumeurs et traditions" qui présentent les idées fortes, autour desquels la marque se positionne, il est fait référence une seule fois à l'Aubrac et à la Commune de Laguiole. Puis, il est précisé que depuis 1993 "la marque Laguiole est déposée pour toutes les classes et dans le monde entier, en dehors de la classe couteau, par la société LAGUIOLE SA qui développe des objets de qualité, sous licences, avec des partenaires de premier plan, comme des lunettes, des briquets, des stylos, de la maroquinerie, de la bagagerie, et bien d'autres lignes de produits à venir pour conforter sa stratégie de marque dans le monde entier." Cette seconde partie du texte, qui présente la marque, ne fait jamais référence à la Commune de LAGUIOLE, à une origine des produits de l'Aubrac ou même de France alors que le texte initial se présente comme volontairement flou sur l'esprit de cette marque et l'origine de celle-ci sans référence particulière à la commune de LAGUIOLE. Cette présentation ne peut donc être considérée comme fautive et comme trompant le consommateur sur l'origine des produits POLYFLAME.

La commercialisation de couteaux et de tires-bouchons sous la marque "Domaine LAGUIOLE" "d'appellation contrôlée" n'est pas perçue par le consommateur comme étant une référence à son fromage AOC, le terme domaine étant lié au monde vinicole plus qu'au monde des fromages. Il n'y a donc aucune référence trompeuse à l'artisanat laguiole.

De même, la Commune de LAGUIOLE ne peut soutenir que la présentation des produits qui ferait penser au terroir par l'emploi de la couleur marron, tant pour les présentoirs que pour les manches des couteaux ou des tires bouchons, trompe le consommateur sur l'origine des produits qui est en réalité la Chine ; la demanderesse ne peut penser monopoliser les références au terroir, à la couleur marron, et ce d'autant que le consommateur ne fera pas le lien entre la couleur marron et les références au terroir avec une origine locale.

En conséquence, la Commune de LAGUIOLE ne démontre aucune faute de la SA POLYFLAME.

Il y a donc lieu de débouter les demandes de la Commune de LAGUIOLE de ce chef à l'encontre de la SA POLYFLAME.

\* sur les fautes de la SARL SIMCO CASH :

La Commune de LAGUIOLE reproche à la SARL SIMCO CASH de commercialiser des produits dans des conditions qui induisent le consommateur à les associer avec ceux issus de l'artisanat laguiole.

Ainsi, la demanderesse fait le lien entre la vente de casseroles estampillées "Escalibur" sous la marque "LAGUIOLE", le mythe autour de l'épée Escalibur, "objet historique tranchant", du Roi Arthur et sa réputation pour la qualité de l'acier utilisé pour confectionner les couteaux Laguiole.

Or, la Commune de LAGUIOLE ne peut raisonnablement soutenir que l'utilisation du terme escalibur pour vendre des casseroles sous la marque "LAGUIOLE" induit le consommateur à faire directement le lien entre le produit et elle.

Il y a donc lieu de débouter la Commune de LAGUIOLE de ses demandes de ce chef contre la SARL SIMCO CASH.

\* sur les fautes de la SAS LUNETTES FOLOMI :

La Commune de LAGUIOLE reproche à la SAS LUNETTES FOLOMI d'utiliser des références trompeuses relatives à sa localisation, à sa flore, à son histoire, à son artisanat.

La demanderesse considère que la SAS LUNETTES FOLOMI, société jurassienne, crée dans son catalogue 2010 (pièce demandeur n°16-7) le lien entre ses produits et elle : la première page du catalogue est notamment composée d'une photographie dans les tons marron et ocre d'un paysage de champ, puis en deuxième page, aux côtés d'autres photographies sur le monde agricole, la gamme des lunettes est ainsi présentée :

“ l’histoire, jadis ... C’est en 1829, au coeur de l’Aubrac que naît le premier couteau pliant LAGUIOLE du nom du village où habitait son créateur. On écrit LAGUIOLE mais on prononce “laïole” vestige d’un patois occitan. Cette marque est l’emblème de la coutellerie haut de gamme et du savoir-faire français. Aujourd’hui forte de sa renommée, la marque a su se diversifier à travers de nombreux produits. C’est dans le berceau de la lunetterie française que Denis Buffard décide en 1993 de créer la société FOLOMI. Un an plus tard la première collection de lunettes LAGUIOLE voit le jour”.

“ La légende. On dit que ... Il existe une coutume selon laquelle tout objet tranchant ne s’offre pas sous peine de couper l’amitié ou l’amour ! Pour conjurer ce mauvais sort et par tradition, la personne recevant un couteau Laguiole en cadeau doit donner une pièce de monnaie en échange”.

Ces photographies et ce texte ne peuvent entretenir pour le consommateur un lien entre le lieu de fabrication des lunettes et la Commune de LAGUIOLE, dont la référence n’est qu’implicite dans le texte, qui évoque principalement le développement de la marque et la création d’une gamme de lunettes sous cette marque LAGUIOLE. Le consommateur est suffisamment averti pour faire la différence entre un lieu et une marque.

En outre, la Commune de LAGUIOLE produit une étude de notoriété de la Commune de LAGUIOLE du mois d’avril 2010 réalisée par l’institut de sondage TNS SOFRES aux termes duquel il apparaît que :

- 53% des personnes interrogées n’avait jamais entendu parler de la Commune de LAGUIOLE,
- pour 92% des personnes interrogées qui connaissent la Commune de LAGUIOLE, celle-ci leur évoque le couteau et pour 18%, il s’agit du fromage,
- pour 70% des personnes interrogées qui connaissent la Commune de LAGUIOLE, l’abeille en est le symbole.

Ces résultats illustrent d’abord qu’une majorité de français ne connaît pas la Commune de LAGUIOLE. Cependant, il convient de relever que les symboles aux yeux des personnes interrogées qui connaissent la Commune de LAGUIOLE, soit 43,24% et 8,46% de toutes les personnes interrogées, sont le couteau ou l’abeille. Pour autant la Commune de LAGUIOLE ne peut se les approprier et donc induire que le lien est uniquement fait avec elle, alors que le mot “laguiole” correspond au nom d’un couteau régional rentré dans le langage courant et l’abeille est traditionnellement apposée sur lesdits couteaux.

Dès lors, le rappel de la Commune de LAGUIOLE dans ledit texte n’étant qu’indirect et le lien avec le couteau Laguiole étant fait au regard des idées fortes autour desquels la marque communique, ce que le consommateur est capable de percevoir, le lien avec la Commune n’est donc pas démontré. En effet, le couteau Laguiole est un nom de couteau entré dans le langage courant sans lien direct évident avec la demanderesse, celle-ci demeurant peu connue contrairement à ce qu’elle prétend.

De même, la SAS LUNETTES FOLOMI ne reprend pas l’histoire de la Commune de LAGUIOLE pour créer un lien avec elle alors que les produits proviennent du Jura.

Enfin, de manière générale, la Commune de LAGUIOLE ne peut considérer que lorsque la SAS LUNETTES FOLOMI évoque la marque LAGUIOLE qui “a bâti sa réputation grâce à ce célèbre couteau aveyronnais” le consommateur fera le lien avec une origine locale de la Commune de LAGUIOLE, alors que d’abord, il n’est pas établi que la Commune de LAGUIOLE est très connue et qu’ensuite elle ne peut s’approprier les références au couteau Laguiole.

Il y a donc lieu de débouter la Commune de LAGUIOLE de ses demandes de ce chef contre la SAS LUNETTES FOLOMI.

\* sur les fautes de la SAS GARDEN MAX :

La Commune de LAGUIOLE reproche à la SAS GARDEN MAX des références trompeuses à son artisanat.

La demanderesse fait un lien entre la commercialisation sous la marque LAGUIOLE de barbecue avec comme slogan “le mariage de l’acier et du feu”, éléments qui seraient “manifestement évocateurs d’elle même”, la forge consistant principalement à modeler par martelage un métal ramolli par la chaleur rappelant ainsi le couteau Laguiole.

Là encore, la demanderesse ne peut raisonnablement soutenir que l’utilisation du slogan “le mariage de l’acier et du feu” pour vendre des barbecues sous la marque “LAGUIOLE” induit le consommateur à faire directement le lien entre le produit et la Commune de LAGUIOLE.

Il y a donc lieu de débouter la Commune de LAGUIOLE de ses demandes de ce chef contre la SAS GARDEN MAX.

\* sur les fautes de la SAS INOVALK :

La Commune de LAGUIOLE reproche à la SAS INOVALK d’utiliser des références trompeuses relatives à sa localisation, lors de la présentation de la marque en invoquant l’histoire des “pèlerins qui cheminaient sur les chemins de Compostelle”, à son histoire, à ses administrés, au travers de l’utilisation du slogan “LAGUIOLE, innove la tradition”, à son artisanat, à ses matériaux alors qu’elle est une société d’import-export de mobilier de jardin.

La présentation des produits de la marque LAGUIOLE dans son catalogue (pièce demandeur 16-4), tout comme celle reprise sur le site [www.laguiole-outdoorfurniture.com](http://www.laguiole-outdoorfurniture.com), comme cela a déjà été jugé ci-dessus, ne peut pas être considérée comme fautive. La Commune de LAGUIOLE ne peut pas penser que la référence à la tradition, à des matériaux de qualité pour des produits de la marque LAGUIOLE amène immédiatement le consommateur à penser à elle, au savoir-faire de ses administrés et aux matériaux locaux ; elle n’a en effet pas le monopole de l’artisanat traditionnel et de l’utilisation de matériaux de qualité, ses administrés, qui ont évidemment un savoir-faire reconnu, ne sont pas les seuls à le détenir. Enfin, faut-il encore le rappeler, le consommateur sait prendre le recul suffisant lorsque une entreprise de mobilier de jardin contemporain explique que “la magie de la marque opère toujours, depuis plus de 12 siècles, et conserve intact son patrimoine “quasi génétique” de qualité, caractère et authenticité” pour en conclure que les produits vendus n’existent pas depuis 12 siècles.

Il y a donc lieu de débouter la Commune de LAGUIOLE de ses demandes de ce chef contre la SAS INOVALK.

\* sur les fautes de la SARL LCL PARTNER :

La Commune de LAGUIOLE reproche à la SARL LCL PARTNER d'utiliser des références à sa flore en commercialisant des chaussures de sport, correspondant à son environnement naturel ; elle considère ainsi, que l'utilisation de "Laguiole" est faite à titre d'indication de provenance de sa Commune, en raison de l'association entre le produit commercialisé sous la marque "LAGUIOLE" et "l'environnement naturel et sauvage évocateur des chaussures de randonnées".

Là encore, la Commune de LAGUIOLE ne peut sérieusement soutenir que le consommateur fera le lien avec elle en pensant que les chaussures commercialisées sous la marque LAGUIOLE y sont fabriquées.

Il n'y a aucune référence trompeuse dans la seule commercialisation de chaussures de sport sous la marque LAGUIOLE.

Il y a donc lieu de débouter la Commune de LAGUIOLE de ses demandes de ce chef contre la SARL LCL PARTNERS.

\* sur les fautes de la SASU TENDANCE SEDUCTION :

La Commune de LAGUIOLE reproche à la SASU TENDANCE SEDUCTION des références trompeuses à sa localisation.

La SASU TENDANCE SEDUCTION commercialise, sous la marque LAGUIOLE, 4 parfums "O.BRAC", "O.BLUE", "O.MAN" et "O.REVE". La demanderesse soutient que le jeu de mot phonétique, reconnu par la défenderesse, en baptisant un de ses parfums "O.BRAC" jouant avec le mot "Aubrac", est trompeur sur l'origine du produit.

Or, il a déjà été dit que le consommateur peut être doté du sens de l'humour. Ainsi, celui qui connaît la Commune de Laguiole et qui la situe sur le plateau de l'Aubrac, perçoit cette désignation comme étant un clin d'oeil humoristique et non pas comme étant une indication de provenance du produit. En tout état de cause, les consommateurs qui ne connaissent pas l'existence de la Commune de LAGUIOLE et qui ne savent pas la situer sur le plateau de l'Aubrac ne peuvent pas être trompés.

En conséquence, le consommateur en achetant le parfum "O.BRAC" de la marque LAGUIOLE ne pensera pas qu'il est fabriqué dans la Commune de LAGUIOLE.

Il y a donc lieu de débouter la Commune de LAGUIOLE de ses demandes de ce chef contre la SASU TENDANCE SEDUCTION.



\* sur les fautes de la SA CLISSON :

La Commune de LAGUIOLE reproche à la SA CLISSON des références trompeuses à ses matériaux, en ce qu'elle commercialise des engrais sous la marque LAGUIOLE et qu'elle "martelle" dans son catalogue les mots suivants "Laguiole", "les produits de la terre", "terreau", "agriculture biologique", "amendement fertilisant", "fumier" et "engrais", alors que la Commune est réputée pour la qualité de son sol et que son agriculture est de qualité.

Là encore, la demanderesse ne peut raisonnablement faire le lien entre le champ lexical large et commun utilisé pour vendre des produits de jardinage comme de l'engrais sous la marque LAGUIOLE et elle.

Il y a donc lieu de débouter la Commune de LAGUIOLE de ses demandes de ce chef contre la SA CLISSON.

\* sur les fautes de la SA BYTTEBIER HOME TEXTILES :

La Commune de LAGUIOLE reproche à la SA BYTTEBIER HOME TEXTILES, l'utilisation de références trompeuses quant à sa localisation, à son histoire.

Il a déjà été relevé que les propos incriminés par la demanderesse ne trompaient pas le consommateur sur l'origine des produits vendus et que la référence à la Commune de LAGUIOLE était unique et indirecte.

Il y a donc lieu de débouter la Commune de LAGUIOLE de ses demandes de ce chef contre la SA BYTTEBIER HOME TEXTILES.

\* sur les fautes de la SARL TBC :

La Commune de LAGUIOLE reproche à la SARL TBC des références trompeuses quant à sa localisation, à sa flore, à son histoire, à ses administrés, à son artisanat, à ses matériaux en vendant des vêtements d'extérieur sous la marque LAGUIOLE.

Il est incriminé par la demanderesse le même type de référence au plateau de l'Aubrac et du couteau Laguiole dans le catalogue de ses produits ; il a déjà été relevé que ces références sont une présentation des idées fortes autour duquel la marque communique et se positionne et que ces textes ne peuvent être considérés comme fautifs, la référence à la Commune de LAGUIOLE n'étant qu'indirecte.

En outre, la SARL TBC en expliquant dans son catalogue que le premier couteau Laguiole s'appelle Laguiole du nom du village où habite son créateur ne fait pas le récit de la Commune de LAGUIOLE contrairement à ce que cette dernière affirme. De même, la SARL TBC ne fait que des références à la marque et non pas à la Commune. Les hommages qu'elle fait aux artisans-forgerons français ne sont pas perçus par le consommateur comme étant une indication d'origine et encore moins de la Commune de LAGUIOLE. Le même raisonnement

s'applique s'agissant de l'artisanat laguiolais avec la référence à "la tradition dans le respect du savoir-faire" ; le consommateur ne fait donc pas le lien entre les produits et la Commune de LAGUIOLE.

Par ailleurs, la Commune de LAGUIOLE ne peut sérieusement soutenir que la vente de vêtements destinés à des activités de plein air sous la marque LAGUIOLE, alors qu'elle est une commune rurale, amène immédiatement le consommateur à penser à elle et lui fait croire que les produits ont été fabriqués sur son territoire.

Enfin, le consommateur ne sera pas trompé sur la composition et la fabrication des produits du fait de la précision de la composition des chemises en fibres naturelles, des photographies de falaises et la commercialisation d'un gilet reporter avec un compartiment couteau, ces éléments n'étant pas dans l'imaginaire du consommateur des symboles lui faisant penser que ces produits seraient fabriqués sur le territoire de la Commune de LAGUIOLE.

Il y a donc lieu de débouter la Commune de LAGUIOLE de ses demandes de ce chef contre la SARL TBC.

\* sur le préjudice de la Commune de LAGUIOLE :

En tout état de cause, concernant l'ensemble des demandes contre tous les défendeurs au titre de la faute pour pratiques commerciales trompeuses, la Commune de LAGUIOLE ne démontre aucun préjudice pouvant résulter de l'ensemble des griefs qu'elle invoque.

En effet, elle soutient que son nom a une valeur économique ; cependant, il a déjà été relevé que la notoriété de la Commune de LAGUIOLE n'était pas établie. Or, l'expertise relative à l'évaluation du préjudice de la Commune de LAGUIOLE réalisée par SOGERM EVALUATION (pièce PICCIO 28) part du constat que le nom Laguiole est notoire. Si le nom Laguiole est connu et bénéfique à ce jour d'une certaine notoriété, il n'est jamais établi que la connaissance actuelle des consommateurs de ce terme ne se "limite" pas en réalité au nom du couteau du même nom ou même aux produits commercialisés sous les marques "LAGUIOLE" qui existent depuis 19 ans. La notoriété de la seule Commune de LAGUIOLE, pour elle même, n'est pas démontrée.

Dès lors, le Tribunal ne peut tenir compte des conclusions de cette expertise.

**4. Sur les actes de parasitisme :**

Le parasitisme est caractérisé dès lors qu'une personne physique ou morale, à titre lucratif et de façon injustifiée, s'inspire ou copie une valeur économique d'autrui, individualisée et procurant un avantage concurrentiel, fruit d'un savoir-faire, d'un travail intellectuel et d'investissements.

La Commune de LAGUIOLE reprend les mêmes griefs que ceux déjà exposés au titre de la faute pour des références trompeuses.

Il a déjà été indiqué que l'image de la Commune et ses valeurs, sur lesquelles elle ne pouvait d'ailleurs avoir un monopole, n'étaient pas usurpées et qu'il n'y avait aucune référence trompeuse quant à l'origine des produits commercialisés sous la marque LAGUIOLE, et ses déclinaisons, qui ne sont pas fabriquées sur son territoire.

Il n'est par ailleurs pas démontré quelle valeur économique lui aurait été soustraite par les défendeurs, il y a 19 ans lors du dépôt des marques et depuis cette date par la commercialisation de produits sous licence, alors que ceux-ci justifient d'investissements trimestriels relatifs notamment à un suivi des relations presse (pièces 15 des sociétés LAGUIOLE et de Messieurs SZAJNER).

Il y a donc lieu de débouter la Commune de LAGUIOLE de l'ensemble de ses demandes au titre du parasitisme.

#### **5. Sur les demandes de nullité des marques :**

Le Tribunal précise à titre liminaire que les demandes en nullité des marques LAGUIOLE seront abordées en évoquant la marque LAGUIOLE puisque le seul reproche qui est fait par la Commune de LAGUIOLE est l'utilisation du mot LAGUIOLE. Ce mot étant commun à toutes les marques litigieuses, le Tribunal évoquera l'ensemble des marques sous le vocable "les marques LAGUIOLE" et le raisonnement sera commun pour toutes les marques, la demanderesse n'ayant d'ailleurs pas distingué marque par marque et le grief étant le même pour toutes les marques.

\* sur la recevabilité des demandes concernant les marques enregistrées sous les n°93.480.950, 93.491.857, 93.485.514, 94.544.784 et 93.491.857 :

L'article 1351 du Code civil dispose que l'autorité de la chose jugée n'a lieu qu'à l'égard de ce qui a fait l'objet du jugement. Il faut que la chose demandée soit la même, que la demande soit fondée sur la même cause, que la demande soit entre les mêmes parties et formées par elles et contre elles en la même qualité.

Il n'est pas contesté que l'affaire ayant donné lieu à l'arrêt rendu par la Cour d'appel de PARIS le 03 novembre 1999 concernait les mêmes parties, la société GTI GIL TECHNOLOGIES INTERNATIONALE étant désormais dénommée LAGUIOLE SA.

L'instance précédente avait pour objet la validité des marques enregistrées sous les n°93.480.950, 93.491.857, 93.485.514, 94.544.784 et 93.491.857, comme dans le cadre de la présente action. L'objet de la demande est donc commun entre les 2 instances.

Enfin, la cause se définit comme l'ensemble des faits allégués à l'appui de la présentation, indépendamment de la règle de droit invoquée et de la qualification juridique retenue ; dans le cadre de l'affaire précédente, la nullité des marques était demandée, les faits contestés étant donc le départ des marques litigieuses. Dès lors, la Commune de LAGUIOLE ayant déjà formé des demandes de nullité des marques enregistrées sous les n°93.480.950, 93.491.857, 93.485.514, 94.544.784 et 93.491.857, toute nouvelle demande en nullité couvre la cause de l'instance précédente.

En conséquence, il y a lieu de considérer que les demandes de nullité des marques enregistrées sous les n°93.480.950, 93.491.857, 93.485.514, 94.544.784 et 93.491.857 sont couvertes par l'autorité de la chose jugée. La demande de ce chef est donc irrecevable.

\* sur la forclusion par tolérance :

Aux termes de l'article L714-3 al.3 du Code de la propriété intellectuelle, seul le titulaire d'un droit antérieur peut agir en nullité sur le fondement de l'article L711-4 du même Code, toutefois, son action n'est pas recevable si la marque a été déposée de bonne foi et s'il en a toléré l'usage pendant 5 ans.

L'article L711-4 désigne comme étant notamment un droit antérieur, un nom, une image ou la renommée d'une collectivité territoriale.

La Commune de LAGUIOLE invoque notamment comme motif de nullité l'atteinte à son nom, à sa renommée et à son image.

Il convient donc d'examiner quelles sont les marques déposées 5 ans avant l'assignation, soit avant le 31 mai 2005.

Il apparaît que les marques suivantes sont antérieures au 31 mai 2005 :

- LAGUIOLE enregistrée sous le n°97 674 962 visant des produits en classe 03, 09, 12, 14, 16, 18, 21, 24, 25, 28 et 34 le 23 avril 1997 détenue par Gilbert SZAJNER,
- LES CHATEAUX LAGUIOLE, semi-figurative, enregistrée sous le n°98 762 002 visant des produits en classe 29, 30, 32 et 33 le 1er décembre 1998 détenue par Gilbert SZAJNER,
- ART DE LA TABLE LAGUIOLE, semi-figurative, enregistrée sous le n°98 762 001 visant des produits en classe 21, 22, 24 et 27 le 1er décembre 1998 détenue par Gilbert SZAJNER,
- BARON LAGUIOLE, semi-figurative, enregistrée sous le n°99 794 586 visant des produits en classe 33 le 21 mai 1999 détenue par Gilbert SZAJNER,
- LAGUIOLE, laguiole.tm.fr, semi-figurative, enregistrée sous le n°99 803 625 visant des produits en classe 03, 09, 12, 14, 16, 18, 21, 24, 25, 28 et 34 le 15 juillet 1999 détenue par Gilbert SZAJNER,
- T'AS DE LAGUIOLE TU SAIS, enregistrée sous le n°03 018 629 visant des produits en classe 14, 16, 35 le 31 mars 2000 détenue par la SA LAGUIOLE,
- BRASSERIE LAGUIOLE enregistrée sous le n°03 136 619 visant des produits en classe 29, 30, 32, 33 et 42 le 12 décembre 2001 détenue par

Gilbert SZAJNER,

- BISTRO LAGUIOLE enregistrée sous le n°3 255 629 visant des produits en classe 43 le 6 novembre 2003 détenue par Gilbert SZAJNER,
- LAGUIOLE, semi-figurative, enregistrée sous le n°3 263 291 visant des produits en classe 03,04, 08, 09, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 18, 20, 21, 22, 24, 25, 26, 27, 28, 34, 38, 42, 43 et 44 le 16 décembre 2003 détenue par Gilbert SZAJNER,
- BISTROT LAGUIOLE enregistrée sous le n°3 263 288 visant des produits en classe 29, 30 et 32 le 16 décembre 2003 détenue par Gilbert SZAJNER et enregistrée sous le n°3 256 636 visant des produits en classe 08 et 43 le 13 novembre 2003 détenue par Gilbert SZAJNER,
- LES CHOSES SURES LAGUIOLE, semi-figurative, enregistrée sous le n°3 326 831 visant des produits en classe 25 le 30 novembre 2004 détenue par Gilbert SZAJNER.

La Commune de LAGUIOLE ne conteste pas avoir eu connaissance de ces différentes marques déposées par les défendeurs, et ce d'autant qu'un litige ancien les oppose concernant justement les différents dépôts de marques autour du mot "Laguiole". Ainsi, la Commune de LAGUIOLE ne démontre pas s'être opposée par quelque manière que ce soit à ces dépôts ; elle a donc toléré pendant au moins 5 années après leur dépôt lesdites marques.

Par ailleurs, il n'est pas démontré que ces marques ont été déposées de mauvaise foi par Gilbert SZAJNER alors que 4 marques comportant le mot "LAGUIOLE" avaient déjà été déposées depuis 1993.

Dès lors, les demandes de nullité des marques ci-dessus énumérées pour atteinte à un droit antérieur de la Commune de LAGUIOLE sont forcloses.

\* sur la nullité pour atteinte au nom, à la renommée et à l'image de la Commune de LAGUIOLE :

Il y a lieu d'examiner les demandes en nullité de ce chef des marques:

- LAGUIOLE INNOVE LA TRADITION enregistrée sous le n°3 468 615 visant des produits en classe 08, 09, 14, 16 et 34 le 11 décembre 2006 détenue par Gilbert SZAJNER,
- LAGUIOLE SHOPPER enregistrée sous le n°3 468 616 visant des produits en classe 08, 09, 12, 16, 18, 25 et 34 le 11 décembre 2006 détenue par Gilbert SZAJNER,
- BARON LAGUIOLE enregistrée sous le n°3 518 815 visant des produits en classe 33 le 7 août 2007 détenue par Gilbert SZAJNER,
- LAGUIOLE CUISINIER DE PERE EN FILS enregistrée sous le n°3 614 716 visant des produits en classe 18, 20, 24, 25, 29, 30, 31, 32, 33 et 43 le 1er décembre 2008 détenue par Gilbert SZAJNER et enregistrée sous le n°3 568 289 visant des produits en classe 8, 11 et 21 le 9 avril 2008 détenue par Gilbert SZAJNER,
- DOMAINE LAGUIOLE, semi-figurative, enregistrée sous le n°3 402 440 visant des produits en classe 03, 08 et 21 le 9 janvier 2009 détenue par Gilbert SZAJNER,
- LAGUIOLE GENERATION, semi-figurative, enregistrée sous le n°3

624 569 visant des produits en classe 8, 9, 14, 18, 25 et 34 le 23 janvier 2009 détenue par Louis SZAJNER,  
- LAGUIOLE, semi-figurative, enregistrée sous le n°3 628 607 visant des produits en classe 31 le 10 février 2009 détenue par Gilbert SZAJNER,  
- LAGUIOLE LE JARDINIER, semi-figurative, enregistrée sous le n°3 633 406 visant des produits en classe 1, 5, 6, 7, 8, 9, 11, 12, 13, 21, 22, 25, 26, 27, 28, 31 et 44 le 2 mars 2009 détenue par Louis SZAJNER,  
- LAGUIOLE PREMIUM, semi-figurative, enregistrée sous le n°3 642 134 visant des produits en classe 6, 7, 8, 11, 14, 20 et 21 le 6 avril 2009 détenue par Louis SZAJNER.

Il est de principe que le nom constitue, pour une commune, un élément d'identité assimilable au nom patronymique d'une personne physique. Mais une commune n'est pas fondée à invoquer une atteinte à son nom, à son image et à sa renommée dès lors qu'il est établi que son nom correspond aussi à un terme devenu générique pour désigner un produit fabriqué non exclusivement sur son territoire.

En l'espèce, il a déjà été dit que le terme laguiole est devenu générique pour désigner un type de couteau et que la Commune de LAGUIOLE ne peut s'approprier ce terme. De même, il a été rappelé ci-dessus que la notoriété de la Commune de LAGUIOLE, au moment des dépôts des marques, n'est pas démontrée.

Dès lors, la Commune de LAGUIOLE ne démontre pas en quoi les différents dépôts de marque portant le mot Laguiole pour des produits dans presque toutes les classes causent une atteinte à ses intérêts publics, la seule utilisation à titre de marque d'un nom d'une collectivité locale n'étant pas en soit interdite.

Il y a donc lieu de rejeter les demandes de nullité des marques listées ci-dessus de ce chef.

\* sur la nullité pour défaut de distinctivité :

L'article L711-2 dudit Code interdit le dépôt d'une marque dépourvue de caractère distinctif, notamment lorsque cette marque sert à désigner une indication de provenance géographique.

En l'espèce, il a déjà été indiqué que l'usage des marques LAGUIOLE pour désigner toute sorte de produits de consommation ne peut être considéré comme étant une indication de provenance, alors que d'une part la notoriété de la Commune de LAGUIOLE par elle-même n'est pas démontrée et que d'autre part le mot Laguiole est aujourd'hui entré dans le langage courant pour désigner un type de couteau sans référence à un lieu de production particulier.

En conséquence, la Commune de LAGUIOLE ne démontre pas l'absence de caractère distinctif des marques LAGUIOLE contestées.

Il y a donc lieu de rejeter la demande de la Commune de LAGUIOLE de ce chef.

\* sur la nullité pour indication de provenance trompeuse :

Aux termes de l'article L711-3 du même Code, ne peut être adopté comme marque un signe notamment de nature à tromper le public sur la provenance géographique du produit ou du service.

Pour les mêmes motifs que ceux développés ci-dessus, il n'est pas démontré que l'usage du signe "laguiole" trompe le public sur l'origine des différents produits et services commercialisés sous ces marques.

Il y a donc lieu de rejeter la demande de la Commune de LAGUIOLE de ce chef.

\* sur la nullité pour contrariété à l'ordre public :

La demanderesse invoque les mêmes moyens que ceux relatifs à l'atteinte à son image, à son nom et à sa renommée comme étant une marque contraire à l'ordre public.

Il y a donc lieu de rejeter la demande pour les mêmes motifs que ceux exposés ci-dessus.

\* sur la nullité pour dépôt frauduleux :

La Commune de LAGUIOLE invoque l'adage *fraus omnia corrumpit* ainsi que l'article L712-6 du Code de la propriété intellectuelle.

Il appartient à la Commune de LAGUIOLE de démontrer en quoi les dépôts des marques invoquées ont été effectués en fraude de ses droits, alors que le premier dépôt date de l'année 1993 visant des produits en classe 09, 10, 12, 13, 14, 15,16, 18, 25, 28, 34, à savoir de nombreux produits de consommation courante, qu'elle ne démontre pas que son nom en tant que collectivité territoriale était renommé à cette date et qu'elle ne peut revendiquer le monopole de la protection d'un mot devenu courant pour désigner un type de couteau.

Il y a donc lieu de débouter la Commune de LAGUIOLE de ses demandes de ce chef.

**6. Sur la déchéance des droits des titulaires des marques pour usage trompeur :**

La Commune de LAGUIOLE invoque également les dispositions de l'article L714-6 dudit Code qui fait encourir la déchéance des droits d'un propriétaire d'une marque devenue de son fait propre à induire en erreur, notamment sur la nature, la qualité ou la provenance géographique du produit ou du service.

Ces griefs impliquent la nécessaire analyse de l'usage de la marque fait par son titulaire ; les reproches faits par la Commune de LAGUIOLE sur ce fondement recouvrent ceux développés au titre des demandes en dommages et intérêts sur le fondement de l'article 1382 du Code civil

pour références trompeuses par les défendeurs, à savoir les titulaires des marques et leurs licenciés, dans la manière de commercialiser les différents produits sous les marques LAGUIOLE.

Le Tribunal a déjà répondu à l'ensemble de ces moyens en concluant que l'usage litigieux des marques LAGUIOLE n'était pas trompeur.

Il y a donc lieu de débouter la Commune de LAGUIOLE de ses demandes de ce chef.

#### **7. Sur la déchéance des droits des titulaires des marques pour non usage :**

Gilbert et Louis SZAJNER ainsi que la SA LAGUIOLE contestent à la Commune de LAGUIOLE son intérêt à agir pour demander la déchéance de leurs droits pour non usage.

Par application conjuguée des articles 31 du Code de procédure civile et L714-6 du Code de la propriété intellectuelle, le demandeur principal à une action en déchéance des droits d'un titulaire sur sa marque doit justifier d'un intérêt légitime consistant en la nécessité de faire disparaître une entrave à son activité économique.

En l'espèce, la Commune de LAGUIOLE ne fait pas état de son intérêt légitime et donc ne le démontre pas, alors qu'en tout état de cause, en qualité de collectivité territoriale, elle ne peut invoquer d'une entrave à son activité économique, celle-ci ne pouvant exercer d'activité économique.

En conséquence, il y a lieu de déclarer irrecevable la demande en déchéance des droits des propriétaires sur les marques litigieuse par la Commune de LAGUIOLE.

#### **8. Sur les demandes reconventionnelles :**

L'exercice d'une action en justice constitue par principe un droit et ne dégénère en abus pouvant donner naissance à une dette de dommages et intérêts que dans le cas de malice, de mauvaise foi ou d'erreur grossière équipollente au dol.

L'ensemble des défendeurs seront déboutés de leurs demandes à ce titre, faute pour eux de rapporter la preuve d'une quelconque intention de nuire ou légèreté blâmable de la part de la Commune de LAGUIOLE, qui a pu légitimement se méprendre sur l'étendue de ses droits et d'établir l'existence d'un préjudice autre que celui subi du fait des frais exposés pour leur défense.

Dès lors, il n'y a pas lieu de faire droit à la demande de publication judiciaire de la présente décision formulée par la SA POLYFLAME et la société FOLOMI.

Enfin, il n'apparaît pas que la Commune de LAGUIOLE, dans le cadre des différents articles de presse considérés comme les dénigrant par



Gilbert et Louis SZAJNER, la SA LAGUIOLE et la SAS LAGUIOLE LICENCES, a eu un comportement fautif en dépassant la simple information sur le litige et l'instance judiciaire les opposant.

Il y a donc lieu de considérer que la demanderesse n'a pas commis de faute ; Gilbert et Louis SZAJNER, la SA LAGUIOLE et la SAS LAGUIOLE LICENCES sont donc déboutés de leur demande reconventionnelle de ce chef.

#### **9. Sur les autres demandes :**

Compte tenu de la nature de la décision, il n'y a pas lieu d'ordonner l'exécution provisoire.

Il y a lieu de condamner la Commune de LAGUIOLE aux entiers dépens de la procédure.

Il y a lieu de condamner la Commune de LAGUIOLE à verser au titre des frais irrépétibles à :

- Gilbert SZAJNER
  - Louis SZAJNER,
  - la SA LAGUIOLE SA,
  - la SAS LAGUIOLE LICENCES SAS,
- les sommes de 5.000 Euros chacun,
- la SA POLYFLAME EUROPE,
  - la SIMCO CASH,
  - la SAS LUNETTE FOLOMI,
  - la SAS GARDEN MAX,
  - la SAS INOVALK,
  - la SARL LCL PARTNER,
  - la SASU TENDANCE SEDUCTION,
  - la SA CLISSON,
  - la société de droit belge BYTTEBIER HOME TEXTILES
  - la SARL THE BRANDS COMPANY (TBC),
- la somme de 3.000 Euros chacune.

#### **PAR CES MOTIFS :**

Le Tribunal par jugement contradictoire rendu en premier ressort par mise à disposition,

Déboute Gilbert et Louis SZAJNER, la SA LAGUIOLE et la SAS LAGUIOLE LICENCES de leur demande de rejet des dernières écritures de la Commune de LAGUIOLE,

Déboute la SA POLYFLAME de sa demande de rejet des pièces PICCIO n°37, 39-1, 39-2, 39-3 et 40,

Déboute la Commune de LAGUIOLE de l'ensemble de ses demandes fondées sur la responsabilité quasi-délictuelle, pour références trompeuses et pour parasitisme, formées à l'encontre de tous les défendeurs,

Déclare irrecevables les demandes formées par la Commune de LAGUIOLE en nullité des marques enregistrées sous les n°93.480.950, 93.491.857, 93.485.514, 94.544.784 et 93.491.857,

Déclare forcloses les demandes en nullité pour atteinte à un droit antérieur de la Commune de LAGUIOLE pour les marques suivantes :

- LAGUIOLE enregistrée sous le n°97 674 962 visant des produits en classe 03, 09, 12, 14, 16, 18, 21, 24, 25, 28 et 34 le 23 avril 1997 détenue par Gilbert SZAJNER,
- LES CHATEAUX LAGUIOLE, semi-figurative, enregistrée sous le n°98 762 002 visant des produits en classe 29, 30, 32 et 33 le 1er décembre 1998 détenue par Gilbert SZAJNER,
- ART DE LA TABLE LAGUIOLE, semi-figurative, enregistrée sous le n°98 762 001 visant des produits en classe 21, 22, 24 et 27 le 1er décembre 1998 détenue par Gilbert SZAJNER,
- BARON LAGUIOLE, semi-figurative, enregistrée sous le n°99 794 586 visant des produits en classe 33 le 21 mai 1999 détenue par Gilbert SZAJNER,
- LAGUIOLE, laguiole.tm.fr, semi-figurative, enregistrée sous le n°99 803 625 visant des produits en classe 03, 09, 12, 14, 16, 18, 21, 24, 25, 28 et 34 le 15 juillet 1999 détenue par Gilbert SZAJNER,
- T'AS DE LAGUIOLE TU SAIS, enregistrée sous le n°3 018 629 visant des produits en classe 14, 16, 35 le 31 mars 2000 détenue par la SA LAGUIOLE,
- BRASSERIE LAGUIOLE enregistrée sous le n°3 136 619 visant des produits en classe 29, 30, 32, 33 et 42 le 12 décembre 2001 détenue par Gilbert SZAJNER,
- BISTRO LAGUIOLE enregistrée sous le n°3 255 629 visant des produits en classe 43 le 6 novembre 2003 détenue par Gilbert SZAJNER,
- LAGUIOLE, semi-figurative, enregistrée sous le n°3 263 291 visant des produits en classe 03, 04, 08, 09, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 18, 20, 21, 22, 24, 25, 26, 27, 28, 34, 38, 42, 43 et 44 le 16 décembre 2003 détenue par Gilbert SZAJNER,
- BISTROT LAGUIOLE enregistrée sous le n°3 263 288 visant des produits en classe 29, 30 et 32 le 16 décembre 2003 détenue par Gilbert SZAJNER et enregistrée sous le n°3 256 636 visant des produits en classe 08 et 43 le 13 novembre 2003 détenue par Gilbert SZAJNER,
- LES CHOSES SURES LAGUIOLE, semi-figurative, enregistrée sous le n°3 326 831 visant des produits en classe 25 le 30 novembre 2004 détenue par Gilbert SZAJNER,

Déboute la Commune de LAGUIOLE de ses demandes en nullité pour atteinte à son nom, à son image et à sa renommée des marques suivantes :

- LAGUIOLE INNOVE LA TRADITION enregistrée sous le n°3 468 615 visant des produits en classe 08, 09, 14, 16 et 34 le 11 décembre 2006 détenue par Gilbert SZAJNER,
- LAGUIOLE SHOPPER enregistrée sous le n°3 468 616 visant des produits en classe 08, 09, 12, 16, 18, 25 et 34 le 11 décembre 2006 détenue par Gilbert SZAJNER,
- BARON LAGUIOLE enregistrée sous le n°3 518 815 visant des produits en classe 33 le 7 août 2007 détenue par Gilbert SZAJNER,

- LAGUIOLE CUISINIER DE PERE EN FILS enregistrée sous le n°3 614 716 visant des produits en classe 18, 20, 24, 25, 29, 30, 31, 32, 33 et 43 le 1<sup>er</sup> décembre 2008 détenue par Gilbert SZAJNER et enregistrée sous le n°3 568 289 visant des produits en classe 8, 11 et 21 le 9 avril 2008 détenue par Gilbert SZAJNER,
- DOMAINE LAGUIOLE, semi-figurative, enregistrée sous le n°3 402 440 visant des produits en classe 03, 08 et 21 le 9 janvier 2009 détenue par Gilbert SZAJNER,
- LAGUIOLE GENERATION, semi-figurative, enregistrée sous le n°3 624 569 visant des produits en classe 8, 9, 14, 18, 25 et 34 le 23 janvier 2009 détenue par Louis SZAJNER,
- LAGUIOLE, semi-figurative, enregistrée sous le n°3 628 607 visant des produits en classe 31 le 10 février 2009 détenue par Gilbert SZAJNER,
- LAGUIOLE LE JARDINIER, semi-figurative, enregistrée sous le n°3 633 406 visant des produits en classe 1, 5, 6, 7, 8, 9, 11, 12, 13, 21, 22, 25, 26, 27, 28, 31 et 44 le 2 mars 2009 détenue par Louis SZAJNER,
- LAGUIOLE PREMIUM, semi-figurative, enregistrée sous le n°3 642 134 visant des produits en classe 6, 7, 8, 11, 14, 20 et 21 le 6 avril 2009 détenue par Louis SZAJNER,

Déboute la Commune de LAGUIOLE de l'ensemble de ses demandes pour nullité de toutes les marques susvisées pour absence de caractère distinctif,

Déboute la Commune de LAGUIOLE de l'ensemble de ses demandes pour nullité de toutes les marques susvisées pour indication de provenance trompeuse des produits et services,

Déboute la Commune de LAGUIOLE de l'ensemble de ses demandes pour nullité de toutes les marques susvisées pour atteinte à l'ordre public,

Déboute la Commune de LAGUIOLE de l'ensemble de ses demandes pour nullité de toutes les marques susvisées pour dépôt frauduleux,

Déboute la Commune de LAGUIOLE de l'ensemble de ses demandes en déchéance des droits des propriétaires de toutes les marques invoquées pour usage trompeur,

Déclare irrecevable la demande en déchéance des droits des propriétaires sur les marques litigieuses par la Commune de LAGUIOLE,

Dit sans objet les appels en garantie formés à l'encontre de Gilbert et Louis SZAJNER, la SA LAGUIOLE et la SAS LAGUIOLE LICENCES,

Déboute l'ensemble des défendeurs de leurs demandes reconventionnelles pour procédure abusive,

Dit n'y avoir lieu à exécution provisoire,

3<sup>ème</sup> chambre 4<sup>ème</sup> section  
Jugement du 13 septembre 2012  
RG :10/8800

Condamne la Commune de LAGUIOLE aux entiers dépens de la procédure,

Condamne la Commune de LAGUIOLE à verser au titre des frais irrépétibles à :

- Gilbert SZAJNER
  - Louis SZAJNER,
  - la SA LAGUIOLE SA,
  - la SAS LAGUIOLE LICENCES SAS,
- les sommes de 5.000 Euros chacun,
- la SA POLYFLAME EUROPE,
  - la SIMCO CASH,
  - la SAS LUNETTE FOLOMI,
  - la SAS GARDEN MAX,
  - la SAS INOVALK,
  - la SARL LCL PARTNER,
  - la SASU TENDANCE SEDUCTION,
  - la SA CLISSON,
  - la société de droit belge BYTTEBIER HOME TEXTILES
  - la SARL THE BRANDS COMPANY (TBC),
- la somme de 3.000 Euros chacune.

Fait et jugé à Paris le 13 Septembre 2012

Le Greffier

Le Président