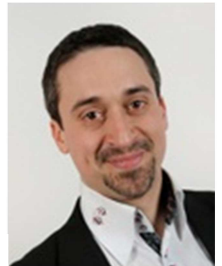




Le créateur de l'AK 47, 94 ans, vise encore juste

Se considérant lésé suite à l'utilisation de son patronyme dans le cadre de la vente de boissons énergisantes, Monsieur KALASHNIKOV a remporté une nouvelle victoire, sur le seul fondement des droits de la personnalité.



Frédéric Gicquel

A la suite d'un accord passé avec la société CYBERGUN, l'inventeur de ce fusil d'assaut malheureusement célèbre avait concédé à la dite société le droit d'exploiter son nom aux fins de commercialisation de répliques d'armes à feu, de jeux et de jouets mais également de boissons énergisantes.

Par la suite, cette société avait déposé une marque revendiquant son nom de famille et désignant notamment des boissons énergisantes.

Cette société avait également conclu un contrat de licence avec une autre entité, VINISTA.

Cette dernière avait alors estimé qu'elle était légitime à commercialiser ces boissons sous le nom KALASHNIKOV et avait réservé un nom de domaine reprenant ce nom avec l'adjonction « -energy.com ».

Encore, une troisième société, HEXIS ENERGY, contractuellement liée à VINISTA avait également réservé un nom de domaine identique en « .fr ».

Il ressort de cet arrêt qu'il aurait été efficace pour la société CYBERGUN, titulaire de la marque « KALASHNIKOV » d'attaquer directement les sociétés tierces, mais seul Monsieur KALASHNIKOV en prit l'initiative, sur le fondement du droit commun et de l'atteinte à son nom (CA PARIS, 29 mars 2013, 12/02827).

Pour mémoire, les droits de la personnalité peuvent parfaitement constituer une antériorité à même de permettre notamment d'annuler une marque.

De longue date, la jurisprudence considère que le nom de famille peut se détacher de la personne physique pour devenir un signe distinctif à part entière (Jp BORDAS, Cass. Com, 12 mars 1985).

Néanmoins, il faut un accord exprès du détenteur du patronyme pour que son nom puisse être déposé en tant que marque (Jp DUCASSE, 6 mai 2003) et par extension faire l'objet d'un droit de propriété incorporelle.

C'est d'ailleurs l'un des points qui a été examiné. Mais la Cour d'indiquer l'absence de toute autorisation au bénéfice des sociétés ayant réserve les noms de domaine litigieux, malgré la chaîne de contrats existante.

Pour le reste, la Cour fait une application classique ; dès lors que le nom utilisé est notoire, ce qu'elle prend le soin de démontrer, il existe une faute laquelle consiste dans le fait de faire croire à la clientèle l'existence de liens commerciaux entre les parties et ainsi des sous-entendre qu'une origine commune existerait.

La sanction : 10.000 euros de dommages-intérêts outre le transfert des noms de domaine litigieux.

Deux conséquences à en tirer ; tout d'abord que le domaine des antériorités ne se limite pas aux marques et noms de domaine mais recouvre beaucoup d'autres aspects, mais également qu'en la matière le contrat, tant dans sa rédaction que dans son interprétation est

fondamental ■