

La cour d'appel de Bruxelles, 9^{ème} chambre,

après en avoir délibéré, prononce l'arrêt suivant :

R.G. : 2008/AR/719

R n° : 2009/ 1085

N° : 314

Arrêt définitif
Réformation

Droits intellectuels –
marque Benelux –
étendue de la protection –
signe identique – usage
pour des produits – usage
autre – notions

EN CAUSE DE :

1.- EBAY INTERNATIONAL AG, société de droit suisse dont le siège social est établi à 3005 Berne (Suisse), Helvetiasstrasse, 15/17,

2.- EBAY EUROPE SARL, société de droit luxembourgeois dont le siège social est établi à 2240 Luxembourg (Grand Duché de Luxembourg), rue Notre Dame, 15,

3.- EBAY BELGIUM, société privée à responsabilité limitée dont le siège social est établi à 1050 Bruxelles, avenue Louise, 210, inscrite à la banque carrefour des entreprises sous le numéro 0480.116.742,

Appelantes,

représentées par Maîtres Thierry van Innis et Geert Glas, avocats à 1150 Bruxelles, avenue de Tervueren, 268A,

plaideurs : Maîtres Th. van Innis, G. Glas et H. Haouideg,

CONTRE :

THE POLO/LAUREN COMPANY L.P., société de droit américain dont le siège social est établi à New York 10022 (Etats-Unis d'Amérique), Madison Avenue, 650,

Intimée,

représentée par Maîtres Philippe Péters et Axel Clerens, avocats à 1170 Bruxelles, chaussée de La Hulpe, 177/6.

11 -02- 2009

art 700
marque Benelux

I.- DECISION ENTREPRISE

L'appel est dirigé contre le jugement prononcé contradictoirement le 24 janvier 2008 par le président du tribunal de commerce de Bruxelles.

Les parties ne produisent aucun acte de signification de ce jugement.

II.- PROCEDURE DEVANT LA COUR

L'appel est formé par requête, déposée par eBay International, eBay Europe et eBay Belgium (dénommées ci-après ensemble « eBay ») au greffe de la cour, le 13 mars 2008.

La procédure est contradictoire.

Il est fait application de l'article 24 de la loi du 15 juin 1935 sur l'emploi des langues en matière judiciaire.

III.- FAITS ET ANTECEDENTS DE LA PROCEDURE

1. La société The Polo/Lauren Company L.P. (dénommée ci-après « Ralph Lauren ») est titulaire des marques verbale et semi-figurative suivantes :

- la marque verbale "*Ralph Lauren*", enregistrée le 16 mai 1995 sous le numéro 573083;
- la marque semi-figurative, enregistrée le 29 décembre 1994 sous le numéro 564607 :



Ces marques sont enregistrées pour des produits en classe 3, c'est-à-dire des parfums, cosmétiques et/ou autres produits de beauté. Les parfums "*Ralph Lauren*" et "*Polo Sport*" sont distribués en Europe par le groupe L'Oréal.

11 -02- 2009

2. eBay exploite plusieurs sites Internet dont l'objet est de mettre en contact des vendeurs qui offrent en vente toutes sortes de produits avec des acheteurs potentiels qui se portent acquéreurs de ceux-ci par le mécanisme d'une vente aux enchères ou à un prix fixe.

Les revenus d'eBay sont tirés du prix à payer par le vendeur pour insérer une annonce et par une commission sur la transaction finale.

eBay utilise des *AdWords* pour faciliter le renvoi des internautes vers son site. L'*AdWord* est un système publicitaire créé par le moteur de recherche *Google* qui consiste à insérer sur la page de résultats, au moyen d'un mot prédéfini, un hyperlien renvoyant au site d'un annonceur. L'achat de ces *AdWords* résulte d'une transaction entre *Google* et l'annonceur.

Ainsi, dans le cas d'espèce, eBay a acheté à *Google* les mots clés « *Ralph Lauren* » et « *Polo Sport* ». Lorsqu'un internaute tape ces mots dans le moteur de recherche *Google*, les liens suivants apparaissent automatiquement à droite de l'écran affichant les résultats de la recherche:

Polo-sport

Un choix immense de grandes marque.
On trouve tout sur eBay.be!
www.eBay.be

Ralph Lauren

Toutes les grandes marques!
disponibles à petits prix
www.eBay.be

Il suffit ensuite de cliquer sur l'hyperlien d'eBay pour être renvoyé sur son site et plus particulièrement sur la première page de la catégorie « Mode & Accessoires » contenant la liste de tous les types de vêtements, sacs, chaussures et autres accessoires de mode qui sont proposés à la vente. Pour trouver les produits marqués *Ralph Lauren*, il y a lieu de taper ce mot dans le champ de recherche qui est en haut de cette page.

Il est également possible d'accéder directement à la page contenant les produits marqués *Ralph Lauren* en tapant dans le moteur de recherche *Google* les mots suivants « eBay Ralph Lauren »

3. Par exploit du 24 juillet 2007, Ralph Lauren fait citer eBay devant le président du tribunal de commerce de Bruxelles, siégeant comme en référé, en application de la loi du 14 juillet 1991 sur les pratiques du commerce et sur la protection et l'information du consommateur.

Elle demande de constater qu'en utilisant les marques "*Ralph Lauren*" et "*Polo Sport*" en tant que "*AdWords*" sur www.google.be, eBay viole l'article 20.1,d de la CBPI et, partant, commet des actes contraires aux usages honnêtes en matière commerciale au sens des articles 93 et 94 de la LPCC et porte

11 -02- 2009

atteinte à ses intérêts professionnels. Elle sollicite sa condamnation :

- à titre principal, à cesser tout usage des marques "*Ralph Lauren*" et "*Polo Sport*", ainsi que de toute autre marque de Ralph Lauren en tant que "AdWord", sous peine d'une astreinte de 12.500 EUR par jour de retard de se conformer à cet ordre, à compter de la signification du jugement à intervenir;
- à titre subsidiaire, à cesser d'utiliser les marques "*Ralph Lauren*" et "*Polo Sport*", ainsi que de toute autre marque de Ralph Lauren en tant que "AdWord" ou "lien commercial", sans limiter le lien d'accès à des ventes licites de produits originaux de marque "*Ralph Lauren*" et "*Polo Sport*" mis dans le commerce dans l'Espace Economique Européen par Ralph Lauren ou avec son consentement, sous peine d'une astreinte de 12 500 EUR par jour de retard de se conformer à cet ordre à compter de la signification du jugement à intervenir.

Elle demande également d'ordonner la publication du jugement à intervenir dans quatre journaux au choix de Ralph Lauren, aux frais d'eBay, les frais étant récupérables sur simple présentation des factures, même des factures *pro forma*.

Le premier juge fait partiellement droit à la demande et ordonne à eBay de cesser d'utiliser les marques "*Ralph Lauren*" et "*Polo Sport*", ainsi que de toute autre marque de Ralph Lauren en tant que "AdWord" ou "lien commercial", sans limiter le lien d'accès à des ventes de produits de marque "*Ralph Lauren*" et "*Polo Sport*" mis dans le commerce par Ralph Lauren ou avec son consentement, sous peine d'une astreinte de 12.500 EUR par jour de retard de se conformer à cet ordre à compter de la signification du jugement.

11 -02- 2009

4. eBay interjette appel de cette décision qu'elle demande à la cour de mettre à néant.

A titre subsidiaire, Ralph Lauren conclut qu'elle ne s'oppose pas à ce que l'ordre de cessation soit précisé comme suit :

"Condammons les appelantes à cesser d'utiliser les marques "Ralph Lauren" et "Polo Sport" ainsi que toute autre marque de l'intimée en tant qu'"AdWord" ou lien commercial, sans limiter le lien d'accès à des ventes licites de produits originaux de marque "Ralph Lauren" et "Polo Sport" mis dans le commerce dans l'espace économique européen par l'intimée ou avec son consentement, sous peine d'une astreinte de 12 500 EUR par jour de retard à se conformer à cet ordre à compter de la signification de l'arrêt à intervenir".

IV.- DISCUSSION

1.- Sur la demande de dépôt de conclusions complémentaires

- 5 A l'audience du 19 novembre 2008, le conseil de Ralph Lauren a demandé de pouvoir déposer des conclusions complémentaires afin de donner son avis sur la documentation juridique déposée par le conseil d'eBay.

Dès lors que la documentation juridique en question ne constitue pas une pièce ou un fait nouveau et pertinent au sens de l'article 748 § 2 du Code judiciaire, il n'y a pas lieu de retarder l'issue des débats en autorisant les parties à déposer de nouvelles conclusions écrites.

Par ailleurs, la partie intimée – qui ne s'est pas opposé au dépôt de cette documentation dont elle avait connaissance – a été invitée par la cour à faire valoir verbalement ses moyens et arguments à cet égard, et a pu s'expliquer longuement. Il ne peut donc être soutenu qu'à cette occasion, il aurait été porté atteinte à ses droits de la défense.

2.- Sur l'usage de la marque à des fins autres que celles de distinguer les produits

- 6 Ralph Lauren soutient qu'eBay fait usage de ses marques dans le seul but de faire de la publicité pour son site, dès lors que l'hyperlien qui apparaît dans les *AdWords* dont elle s'est portée acquéreuse renvoie à une page générale de son site et pas à des produits marqués « *Ralph Lauren* » ou « *Polo Sport* »

Elle entend faire application de l'article 2.20.1.d de la CBPI qui dispose que :

"1. La marque enregistrée confère à son titulaire un droit exclusif. Sans préjudice de l'application éventuelle du droit commun en matière de responsabilité civile, le droit exclusif à la marque permet au titulaire d'interdire à tout tiers, en l'absence de son consentement:

[...]

d. de faire usage d'un signe à des fins autres que celles de distinguer les produits ou services, lorsque l'usage de ce signe sans juste motif tire indûment profit du caractère distinctif ou de la renommée de la marque ou leur porte préjudice".

Cette disposition résulte de la transposition en droit national de l'article 5.5 de la première directive du Conseil (89/104/CEE) du 21

11 -02- 2009

décembre 1988 rapprochant les législations des Etats membres sur les marques qui dispose que :

Les paragraphes 1 à 4 [qui déterminent les droits conférés à la marque] n'affectent pas les dispositions applicables dans un Etat membre et relatives à la protection contre l'usage qui est fait d'un signe à des fins autres que celles de distinguer les produits ou services, lorsque l'usage de ce signe sans juste motif tire indûment profit du caractère distinctif ou de la renommée de la marque ou leur porte préjudice

Il convient donc, dans un premier temps, de vérifier si eBay a fait usage des marques de Ralph Lauren à des fins autres que celles de distinguer les produits.

7. Dans le cadre de l'ancien droit Benelux, la Cour de justice Benelux avait dit pour droit dans son arrêt *Daimler-Benz* du 20 décembre 1993 (affaire A/92/5) que :

Il y a emploi de la marque d'autrui pour des produits au sens de l'article 13 A alinéa 1^{er} début et sous 1^o, en relation avec le troisième alinéa de la LBM, lorsqu'une personne qui n'est ni titulaire ni licencié de la marque emploie celle-ci afin d'annoncer au public qu'elle fait le commerce de produits mis en circulation sous cette marque par le titulaire ou son licencié, si et dans la mesure où elle effectue cette annonce de manière que le public perçoive l'emploi de la marque comme se rapportant à un produit déterminé vendu ou offert en vente par elle et qui, par un tel emploi se distingue des produits d'autrui.

Toutefois, il y a emploi de la marque d'autrui au sens de l'article 13 A alinéa 1^{er} début et sous 2^o, lorsque, par la manière dont le revendeur emploie la marque dans l'annonce susvisée, il existe réellement une possibilité de susciter dans l'esprit du public l'impression qu'il emploie la marque dans une large mesure pour faire de la publicité en faveur de son entreprise comme telle, en suggérant une certaine qualité

11 -02- 2009

La CBPI doit cependant être interprétée à la lumière de la directive 89/104/CEE.

Dans plusieurs arrêts, la Cour de justice des Communautés européennes a précisé ce qu'il fallait entendre par l'usage d'une marque pour identifier des produits et donc pas « à des fins autres ». Elle a ainsi dit pour droit que :

- l'usage d'une marque, sans l'autorisation du titulaire, fait en vue d'annoncer au public qu'une entreprise tierce effectue la réparation et l'entretien de produits revêtus de cette marque ou qu'elle est spécialisée dans ou spécialiste de tels produits constitue, dans des circonstances telles que celles décrites dans l'arrêt de renvoi, un usage de la marque au sens de l'article 5, paragraphe 1, sous a), de la première directive

89/104 ; les articles 5 à 7 de la première directive 89/104 ne permettent pas au titulaire d'une marque d'interdire à un tiers l'usage de sa marque en vue d'annoncer au public qu'il effectue la réparation et l'entretien de produits revêtus de cette marque mis dans le commerce sous la marque par son titulaire ou avec son consentement ou qu'il est spécialisé dans ou spécialiste de la vente ou la réparation et l'entretien de tels produits, à moins que la marque ne soit utilisée de manière telle qu'elle peut donner l'impression qu'il existe un lien commercial entre l'entreprise tierce et le titulaire de la marque, et notamment que l'entreprise du revendeur appartient au réseau de distribution du titulaire de la marque ou qu'il existe une relation spéciale entre les deux entreprises (C.J.C.E 23 février 1999, *BMW*, C-63/97) ;

- l'article 5, paragraphe 1, de la première directive 89/104/CEE du Conseil, du 21 décembre 1988, rapprochant les législations des États membres sur les marques, doit être interprété en ce sens que le titulaire d'une marque ne peut pas invoquer son droit exclusif lorsqu'un tiers, dans le cadre de tractations commerciales, révèle que le produit provient de sa propre fabrication et n'utilise la marque en cause qu'à la seule fin de décrire les propriétés spécifiques du produit qu'il propose, si bien qu'il est exclu que la marque utilisée soit interprétée comme se référant à l'entreprise de provenance dudit produit (C.J.C.E. 14 mai 2002, *Hölterhof*, C-2/00) ;
- le droit exclusif que comporte une marque a été octroyé afin de permettre au titulaire de celle-ci de protéger ses intérêts spécifiques en tant que titulaire de la marque, c'est-à-dire d'assurer que cette dernière puisse remplir ses fonctions propres et que, dès lors, l'exercice de ce droit doit être réservé aux cas dans lesquels l'usage du signe par un tiers porte atteinte ou est susceptible de porter atteinte aux fonctions de la marque et notamment à sa fonction essentielle qui est de garantir aux consommateurs la provenance du produit (voir arrêt du 12 novembre 2002, *Arsenal Football Club*, C-206/01, Rec. p. I-10273, points 51 et 54). Tel est en particulier le cas si l'usage du signe reproché au tiers est de nature à accréditer l'existence d'un lien matériel dans la vie des affaires entre les produits du tiers et l'entreprise de provenance de ces produits. À cet égard, il convient de vérifier si les consommateurs visés, y compris ceux auxquels les produits sont présentés après que ces produits ont quitté le point de vente du tiers, sont susceptibles d'interpréter le signe tel qu'utilisé par le tiers comme désignant ou tendant à désigner l'entreprise de provenance des produits du tiers (voir, en ce sens, arrêt *Arsenal Football Club*, précité, points 56 et 57) (C.J.C.E. 16 novembre 2004, *Anheuser-Busch*, C-245/02, points 59 et 60) ;
- l'usage est fait «pour des produits» au sens de l'article 5,

11 -02- 2009

paragraphe 1, sous a), de la directive lorsqu'il a trait à l'apposition du signe identique à la marque sur des produits ainsi qu'à l'offre, à la mise dans le commerce ou à la détention à ces fins de ces produits, au sens de l'article 5, paragraphe 3, sous a) et b), de la directive; dès lors, l'apposition par un tiers d'un signe identique à une marque enregistrée pour des jouets sur des modèles réduits de véhicules ne peut être interdit, conformément à l'article 5, paragraphe 1, sous a), de la directive, que s'il porte atteinte ou est susceptible de porter atteinte aux fonctions de cette marque (C.J.C.E. 25 janvier 2007, *Adam Opel*, C-48/05);

- l'usage, par un tiers qui n'y a pas été autorisé, d'une dénomination sociale, d'un nom commercial ou d'une enseigne identique à une marque antérieure, dans le cadre d'une activité de commercialisation de produits identiques à ceux pour lesquels cette marque a été enregistrée, constitue un usage que le titulaire de ladite marque est habilité à interdire conformément à l'article 5, paragraphe 1, sous a), de la première directive 89/104/CEE du Conseil, du 21 décembre 1988, rapprochant les législations des États membres sur les marques, s'il s'agit d'un usage pour des produits qui porte atteinte ou est susceptible de porter atteinte aux fonctions de la marque (C.J.C.E. 11 septembre 2007, *Céline*, C-17/06);
- l'utilisation par un annonceur, dans une publicité comparative, d'un signe identique ou similaire à la marque d'un concurrent aux fins d'identifier les produits ou les services offerts par ce dernier s'analyse comme un usage pour les produits ou les services mêmes de l'annonceur, au sens de l'article 5, paragraphes 1 et 2, de la directive 89/104 (C.J.C.E. 12 juin 2008, *O2*, C-533/06).

11 -02- 2009

Il s'en déduit que l'usage pour identifier des produits dans le sens de l'article 5 1 de la Directive et, partant, de l'article 2.20.1.a de la CBPI est interprété très largement par la C.J.C.E. puisqu'un tel usage existe lorsqu'une entreprise annonce qu'elle effectue des réparations ou l'entretien des produits revêtus de cette marque, lorsqu'elle décrit les propriétés spécifiques du produit qu'elle propose, lorsqu'elle l'utilise pour promouvoir la vente de modèles réduits, lorsqu'elle l'emploie dans une dénomination commerciale ou lorsqu'elle procède à une publicité comparative. Cet usage n'est donc pas limité à la circonstance que le public perçoive l'emploi de la marque comme se rapportant à un produit déterminé vendu ou offert en vente par cette entreprise.

Dans tous ces cas, la Cour a rappelé que l'usage pour des produits n'était prohibé que s'il portait atteinte ou était susceptible de porter atteinte à la fonction essentielle de la marque qui est de garantir aux consommateurs la provenance des produits et des services.

8. Si un internaute effectue une recherche sur *Google* en tapant les mots « *Ralph Lauren* » ou « *Polo Sport* », c'est qu'il a l'intention de trouver des pages web concernant ces produits.

Les expressions « *Polo-Sport Un choix immense de grandes marques. On trouve de tout sur eBay !* » et « *Ralph Lauren. Toutes les marques disponibles à petits prix !* » qui apparaissent sur l'écran du moteur de recherche *Google* ne peuvent être comprises par le public concerné que comme indiquant que des produits *Polo Sport* et *Ralph Lauren* sont offerts en vente sur le site *eBay*

Si un doute devait subsister sur cette perception du public, il est certainement levé par l'insertion du texte suivant, au bas de la page *Mode & Accessoires* auquel l'hyperlien renvoie, et dans lequel il est fait référence à de nombreux produits marqués (que la cour a mis en évidence) et qui peuvent être trouvés sur le site, dont des produits *Ralph Lauren* :

eBay est le plus populaire des sites de mode & accessoires dans le monde et une ressource extraordinaire de vêtements de marque, de designers, de chaussures et accessoires Vous cherchez un sac Longchamps, un top Ralph Lauren ou un jeans Seven ? eBay possède une sélection imbattable d'articles de mode et de marques à des prix incroyables ; des grands classiques Mer du Nord, Donaldson, Sarah Pacini, Esprit aux articles tendance style Diesel, Bikkembergs et Dolce & Gabbana en passant par la haute couture de chez Prada, Armani, Fendi et Marc Jacobs eBay possède également une sélection étonnante de pièces vintage uniques Sur eBay vous pouvez trouver aussi bien des lots de vêtements pour homme, pour femme et pour enfants que des basiques et des vêtements haute couture à des prix abordables. Dans la catégorie mode & accessoires le sélecteur d'objet vous aidera à trouver facilement la bonne jupe, blouse, paire de chaussures, ainsi que le bon sac à main, pantalon, top et manteau et ce pour toutes les occasions. Il est aujourd'hui de plus en plus facile de faire son shopping sur eBay. Vous pouvez faire votre choix parmi les différentes catégories telles que Mode femme, lingerie & maillots, accessoires pour hommes et femmes, soin du corps ou entrer directement dans le moteur de recherche Lacoste, Tommy Hilfiger, Pauline B. et beaucoup d'autres. Les descriptions vous aideront également à sélectionner vos articles en fonction de leur taille, de leur matière et de leur couleur A la recherche du dernier sac à la mode et du dernier jeans tendance ? Beaucoup de nos listings ont l'option achat immédiat, ce qui vous permet d'acheter instantanément vos dernières bottes en cuir, votre sac à main Nathan et une écharpe Burberry qui complètera à merveille votre tenue. Alors commencez votre shopping maintenant !

9. Il est donc établi, en l'espèce, que l'usage par *eBay* des marques *Ralph Lauren* et *Polo Sport* a pour fonction essentielle d'identifier des produits qui sont mis en vente sur son site et de les distinguer des autres produits vendus sur ce site

11 -02- 2009

Le seul fait que le consommateur est averti que de tels produits marqués sont susceptibles d'être acquis sur eBay n'implique pas qu'il croit qu'eBay est le vendeur, d'autant plus que le public concerné, qui est habitué à ce genre de transactions, sait qu'Ebay n'est qu'un intermédiaire et que la vente se conclut directement entre l'offrant et l'acheteur. En tout état de cause, rien n'interdit qu'un tiers usager de la marque, tel un intermédiaire ou un fournisseur de produits et de services annexes, ne puisse pas en faire un usage pour identifier le produit à la condition de ne pas porter atteinte à la fonction essentielle de la marque. En aucun cas, le consommateur ne peut croire que l'usage des signes a pour objet de distinguer l'entreprise eBay elle-même d'une autre entreprise.

Il importe peu que l'internaute ne soit pas immédiatement dirigé sur la page sur laquelle sont proposés les articles marqués *Ralph Lauren* et *Polo Sport* puisqu'il lui suffit de retaper une nouvelle fois le même mot clé dans le champ de recherche inséré dans la page *Mode & Accessoires* pour être dirigé sur la page spécifique. Il ne peut être déduit de cette seule circonstance qu'eBay entendait prioritairement faire de la publicité pour sa propre entreprise. Au demeurant, eBay s'est dit prête, sans aucune reconnaissance préjudiciable, à renvoyer directement l'internaute vers les annonces spécifiques, sans passer par la page générale de la catégorie concernée, et il convient de lui en donner acte.

De même, ce n'est pas parce que eBay achète comme *AdWords* des mots-clés reprenant des marques connues qu'il faut en déduire qu'elle entendait faire prioritairement de la publicité pour son site en utilisant la fonction publicitaire de ces marques. Dès lors que des produits de marques connues sont proposés à la vente sur le site eBay, il est normal qu'elle achète les *AdWords* correspondants, ce qui lui permet d'informer les internautes de la possibilité d'acquérir ces produits par son intermédiaire. Il est également normal qu'eBay choisisse elle-même les *AdWords* puisqu'elle dispose de toutes les statistiques de vente et est donc la mieux à même de connaître les besoins des acheteurs.

11 -02- 2009

10. En ce qu'elle s'appuie sur l'article 2.20.1.d de la CBPI, la demande de Ralph Lauren n'est pas fondée, puisque eBay n'a pas fait usage de la marque à des fins autres que celle de distinguer les produits et les services.

Pour le surplus, l'usage par eBay des marques aux fins d'identifier des produits, n'est pas autrement critiqué par Ralph Lauren, notamment sur la base de l'article 2.20.1.a de la CBPI

L'appel sur ce point est fondé.

3.- Sur l'usage non conforme aux usages honnêtes en matière commerciale.

11. A titre subsidiaire, Ralph Lauren invoque l'article 2.23.1 b de la CBPI (qui est la transposition de l'article 6.1 b de la Directive 89/104), aux termes duquel le titulaire d'une marque ne peut s'opposer à l'usage par un tiers dans la vie des affaires d'indications relatives à l'espèce, à la qualité, à la quantité, à la destination, à la valeur, à la provenance géographique, à l'époque de la production du produit ou de la prestation du service ou à d'autres caractéristiques de ceux-ci [...] pour autant que cet usage soit fait conformément aux usages honnêtes en matière industrielle ou commerciale.

Elle soutient qu'eu égard aux circonstances dans lesquelles eBay a fait usage de la marque, il y a lieu de dire que cet usage n'est pas conforme aux usages honnêtes en matière industrielle ou commerciale.

12. Il ne résulte pas des pièces auxquelles la cour peut avoir égard qu'eBay aurait fait usage de la marque comme indications relatives à l'espèce, à la qualité, à la quantité, à la destination, à la valeur, à la provenance géographique, à l'époque de la production du produit ou de la prestation du service ou à d'autres caractéristiques de ceux-ci.

eBay a fait usage des marques pour identifier les produits qui étaient mis en vente sur son site

C'est donc à tort que Ralph Lauren s'appuie sur cette disposition pour fonder sa demande subsidiaire. Il est dès lors sans intérêt d'examiner si l'usage fut conforme aux usages honnêtes en matière industrielle ou commerciale.

En toute hypothèse, Ralph Lauren ne démontre pas que les produits marqués *Ralph Lauren* et *Polo Sport* qui sont offerts en vente sur eBay seraient des contrefaçons. Se fondant sur l'existence d'une contrefaçon alléguée de produits *Lancôme*, Ralph Lauren se contente en réalité d'affirmer, d'une manière générale et par un raisonnement sophistique, que beaucoup d'articles qui sont vendus sur cette plate-forme seraient des contrefaçons dès lors que le système eBay serait particulièrement attrayant pour la vente de produits contrefaits en raison de l'utilisation d'un pseudonyme par les vendeurs et d'un marché dépassant les frontières.

La demande subsidiaire sur ce point n'est pas fondée.

11 -02- 2009

4.- Sur l'indemnité de procédure

13. Eu égard au caractère complexe de l'affaire, les deux parties s'accordent pour fixer le montant de l'indemnité de procédure d'appel à 10.000 €.

V.- DISPOSITIF

Pour ces motifs, la cour,

1. Dit l'appel recevable et fondé, et la demande subsidiaire de Ralph Lauren non fondée.
2. Met le jugement entrepris à néant, sauf en tant qu'il a liquidé les dépens.
3. Statuant à nouveau ;

Donne acte à eBay qu'elle se dit prête, sans aucune reconnaissance préjudiciable, à renvoyer directement l'internaute vers les annonces spécifiques de vente de produits marqués *Ralph Lauren* et *Polo Sport*, sans passer par la page générale de la catégorie concernée ;

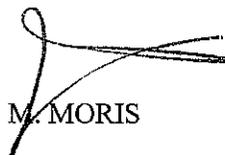
Dit la demande originale de Ralph Lauren non fondée et l'en déboute.

4. Met les dépens des deux instances à charge de Ralph Lauren. Les dépens d'appel de eBay s'élèvent à 186 € + 10.000 €.

11 -02- 2009

Ainsi jugé par :

Henry MACKELBERT, conseiller ff président,
Marie-Françoise CARLIER, conseiller,
Marielle MORIS, conseiller,


M. MORIS

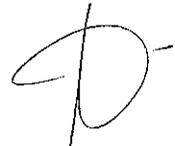

M.-F. CARLIER


H. MACKELBERT

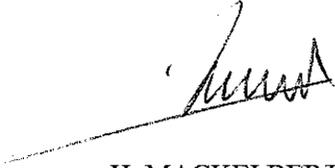
et prononcé en audience civile publique de la neuvième chambre de la cour d'appel de Bruxelles, le 11 -02- 2009

où étaient présents :

Henry MACKELBERT, conseiller, f.f. président,
Patricia DELGUSTE, greffier.



P. DELGUSTE



H. MACKELBERT

11 -02- 2009