

**REPUBLIQUE FRANCAISE**  
**AU NOM DU PEUPLE FRANCAIS**

Cour de cassation  
Chambre commerciale  
4 octobre 2016

N° de pourvoi: 14-22245

Mme Mouillard, président  
SCP Gatineau et Fattaccini, SCP Hémary et Thomas-Raquin, SCP Rocheteau et Uzan-Sarano,  
avocat(s)

LA COUR DE CASSATION, CHAMBRE COMMERCIALE, a rendu l'arrêt suivant :

Attendu, selon l'arrêt attaqué, que la commune de Laguiole, connue pour ses couteaux ornés d'une abeille et pour son fromage bénéficiant d'une appellation d'origine contrôlée, soutenant que son nom constitue une indication de provenance pour certaines catégories de produits et qu'il fait l'objet depuis 1993 d'une spoliation en raison de nombreux dépôts de marques, a, en 2010, assigné MM. Gilbert et Louis X... et la société Laguiole, anciennement dénommée GTI-GIL technologies internationales, titulaires, en tout, de vingt-sept marques verbales ou semi-figuratives françaises, communautaires et internationales comportant le nom " Laguiole ", assorti pour certaines de la représentation d'une abeille, la société Laguiole licences, qui a pour activité le bail de licences ou de sous-licences sur les produits ou services de quelque nature que ce soit, ainsi que les sociétés Polyflame Europe, Garden Max et LCL Partner, la société Tendance séduction, devenue TSP, la société Byttebier Home textiles, aux droits de laquelle vient la société Aimé Byttebier-Michels, et les sociétés Simco Cash, Lunettes Folomi et Clisson, qui commercialisent des produits sous les marques ou nom " Laguiole ", le catalogue de leurs produits étant mis en ligne sur le site " www.laguiole.tm.fr " et, pour la société Polyflame Europe, sur le site " www.polyflame.com ", pour pratiques commerciales trompeuses et parasitisme, ainsi qu'en nullité des marques et, subsidiairement, en déchéance des droits des titulaires sur les marques ;

Sur le premier moyen, pris en ses trois dernières branches :

Attendu que la commune de Laguiole fait grief à l'arrêt du rejet de ses demandes fondées sur le parasitisme alors, selon le moyen :

1°/ qu'indépendamment même de tout risque de confusion, constitue une faute civile le fait de détourner la notoriété d'un lieu géographique à son profit, sans avoir la moindre relation avec ce lieu ; que constitue donc une faute civile le seul fait d'utiliser le nom Laguiole pour désigner des produits qui n'ont aucun rattachement avec la commune de Laguiole, peu important que cette commune ne soit pas connue pour fabriquer les produits concernés et qu'il n'y ait donc pas de risque de confusion dans l'esprit du consommateur ; qu'en jugeant le contraire, la cour d'appel a violé l'article 1382 du code civil ;

2°/ qu'est notoire le nom connu par une partie substantielle du public ; qu'en l'espèce, les juges du fond ont eux-mêmes constaté que près de la moitié de la population française, 47 %, connaissait la commune de Laguiole, petit village de 1 300 habitants, et que les défendeurs eux-mêmes la connaissaient avant le dépôt des marques litigieuses ; qu'en jugeant par ailleurs

que la notoriété de cette commune ne serait pas démontrée, la cour d'appel n'a pas tiré les conséquences légales de ses propres constatations au regard de l'article 1382 du code civil ;

3°/ que le fait de détourner la notoriété d'un tiers à son profit cause nécessairement un préjudice à ce tiers, qu'il appartient au juge d'évaluer ; qu'en stigmatisant dès lors l'absence de preuve du préjudice subi par la commune de Laguiole, faute de démonstration de la valeur économique soustraite, la cour d'appel a violé l'article 1382 du code civil ;

Mais attendu que, la cour d'appel ayant, par des motifs non critiqués, retenu que, par application de l'article 954 du code de procédure civile, elle n'était saisie que de la condamnation des parties poursuivies pour pratiques commerciales trompeuses sur le fondement des articles L. 120-1 et L. 121-1 du code de la consommation, la commune de Laguiole ne peut présenter un moyen au soutien d'une demande de dommages-intérêts pour parasitisme dont la cour d'appel n'était pas saisie ; que le moyen est irrecevable ;

Et sur le deuxième moyen :

Attendu que la commune de Laguiole fait grief à l'arrêt de déclarer irrecevables ses demandes en nullité des marques n° 93 480 950, 93 491 857, 93 485 514, 94 544 784 et 93 491 857 alors, selon le moyen, que l'autorité de la chose jugée n'a lieu qu'à l'égard de ce qui a fait l'objet d'un jugement et a été tranché dans son dispositif ; que l'arrêt de la cour d'appel de Paris du 3 novembre 2009 s'étant borné à réformer le jugement ayant accueilli la demande en nullité des cinq marques litigieuses contenant le nom " Laguiole ", sans accueillir ou rejeter lui-même ces demandes en nullité, n'avait pas tranché dans son dispositif cette question de l'éventuelle nullité des marques en question ; qu'en jugeant pourtant que la demande en nullité formée dans la présente instance se heurtait à l'autorité de la chose jugée attachée à cet arrêt, la cour d'appel a violé les articles 1351 du code civil et 480 du code de procédure civile ;

Mais attendu qu'ayant relevé que la portée du dispositif de l'arrêt du 3 novembre 2009, qui avait réformé le jugement ayant prononcé, à la demande de la commune de Laguiole, l'annulation des marques n° 93 480 950, 93 491 857, 93 485 514, 94 544 784 et 93 491 857 pour les produits et services désignés à leur enregistrement, pouvait être éclairé par ses motifs, ce dont il résultait que cet arrêt s'était alors prononcé sur le caractère distinctif de ces marques et avait rejeté le moyen, fondé sur les dispositions des articles L. 711-3 et L. 714-3 du code de la propriété intellectuelle qui soutenait que lesdites marques étaient de nature à tromper le public, notamment sur la nature, la qualité et la provenance géographique des produits ou des services revendiqués, la cour d'appel en a exactement déduit que la demande en nullité formée devant elle se heurtait à l'autorité de la chose jugée attachée à cet arrêt ; que le moyen n'est pas fondé ;

Mais sur le premier moyen, pris en sa première branche :

Vu les articles L. 120-1 et L. 121-1 du code de la consommation ;

Attendu que pour rejeter les demandes formées au titre des pratiques commerciales trompeuses, l'arrêt énonce que l'article L. 121-1 du code de la consommation, applicable aux faits incriminés, exige la création d'une confusion et non pas d'un risque de confusion ;

Qu'en statuant ainsi, alors qu'une pratique commerciale est réputée trompeuse lorsque soit elle contient des informations fausses, soit elle est susceptible d'induire en erreur le consommateur moyen, et qu'elle est en outre de nature à altérer de manière substantielle le comportement économique de celui-ci en le conduisant à prendre une décision commerciale qu'il n'aurait pas prise autrement, la cour d'appel a violé les textes susvisés ;

Sur le même moyen, pris en sa deuxième branche :

Vu les articles L. 120-1 et L. 121-1 du code de la consommation ;

Attendu que pour statuer comme il fait, l'arrêt, après avoir relevé qu'il appartenait à la commune de Laguiole d'établir que, pour une partie significative du public, son nom bénéficie d'une réputation pour les produits exploités sous les marques litigieuses ou évoque une image positive de cette commune rurale d'où les produits proviendraient, retient que si, d'après le sondage réalisé par l'Institut TNS-Sofres versé aux débats, 47 % des sondés déclarent avoir entendu parler de cette commune, il ressort de ce document que pour 92 % d'entre eux, ce nom évoque un couteau et pour 18 % un fromage, ce qui ne concerne pas les produits désignés par les marques ;

Qu'en se déterminant ainsi, sans rechercher si l'utilisation, pour désigner des produits, du nom d'une commune de 1 300 habitants connue par 47 % d'un échantillon représentatif de la population française, fût-ce d'abord pour ses couteaux et son fromage, n'était pas susceptible d'induire en erreur le consommateur moyen, en lui faisant croire que ces produits étaient originaires de ladite commune, et si elle n'était pas, en outre, de nature à altérer de manière substantielle son comportement, en l'amenant à prendre une décision d'achat qu'il n'aurait pas prise autrement, la cour d'appel a privé sa décision de base légale ;

Sur le même moyen, pris en sa troisième branche :

Vu l'obligation faite au juge de ne pas dénaturer les documents de la cause ;

Attendu que pour statuer comme il fait, l'arrêt retient encore qu'il n'est pas démontré qu'à la lecture du catalogue mis en ligne sur le site " [www.laguiole.tm.fr](http://www.laguiole.tm.fr) ", le consommateur ait été trompé sur l'origine géographique de la multitude de produits de toute nature revêtus des marques comprenant le terme " Laguiole " en pensant qu'ils proviennent tous d'une petite commune rurale de 1 300 habitants et que, s'il est vrai que cette communication contient des éléments renvoyant à l'Aubrac, il ne peut être considéré que cette évocation, qui n'est pas celle de la commune de Laguiole, permette de caractériser les pratiques commerciales trompeuses invoquées ;

Qu'en statuant ainsi, alors que le texte figurant sur le site internet " [www.laguiole.tm.fr](http://www.laguiole.tm.fr) ", qui présentait les produits revêtus des marques utilisant le nom " Laguiole ", faisait expressément référence à " la ville de Laguiole ", décrite comme " notre village ", la cour d'appel en a dénaturé les termes clairs et précis ;

Sur le même moyen, pris en sa cinquième branche :

Vu l'obligation faite au juge de ne pas dénaturer les documents de la cause ;

Attendu que pour statuer comme il fait, l'arrêt retient en outre, par motifs adoptés, que le texte repris par la société Polyflame Europe sur son site internet ne fait pas de référence particulière à la commune de Laguiole et en déduit que la présentation des produits revêtus des marques comportant le nom " Laguiole " ne peut être considérée comme fautive et trompant le consommateur sur l'origine des produits commercialisés par cette société ;

Qu'en statuant ainsi, alors que le texte figurant sur le site internet " [www.polyflame.com](http://www.polyflame.com) " faisait expressément référence à " la ville de Laguiole ", décrite comme " notre village ", la cour d'appel en a dénaturé les termes clairs et précis ;

Sur le troisième moyen, pris en sa première branche :

Vu l'article 4 du code de procédure civile ;

Attendu que pour déclarer forcloses les demandes de la commune de Laguiole en nullité, pour atteinte à un droit antérieur, des marques " Laguiole " n° 97 674 962, " Les Châteaux Laguiole " n° 98 762 002, " Art de la table Laguiole " n° 98 762 001, " Baron Laguiole " n° 99 794 586, " Laguiole, laguiole. tm. fr " n° 99 803 625, " T'as de Laguiole tu sais " n° 3 018 629, " Brasserie Laguiole " n° 3 136 619, " Bistro Laguiole " n° 3 255 629, " Laguiole " n° 3 263 291, " Bistrot Laguiole " n° 3 263 288, " Bistrot Laguiole " n° 3 256 636 et " Les Choses sûres Laguiole " n° 3 326 831, l'arrêt retient que, dans le dispositif de ses dernières écritures d'appel, la commune de Laguiole ne sollicite ni la confirmation ni l'infirmité du jugement, mais seulement que les intimés soient déclarés irrecevables et mal fondés en l'ensemble de leurs prétentions, et s'abstient de développer une argumentation sur ce point de droit ; qu'il retient, en outre, qu'à admettre que la commune de Laguiole ait ainsi entendu poursuivre l'infirmité du jugement de ce chef, il convient, en faisant application de l'article 954, alinéa 4, du code de procédure civile, de constater l'absence de moyen développé sur cette disposition du jugement entrepris ;

Qu'en statuant ainsi, alors que la commune de Laguiole, qui avait demandé, dans le dispositif de ses conclusions, l'annulation des marques en cause, avait indiqué, dans le corps de ces écritures, qu'aucun des titulaires desdites marques n'étant un administré laguiole, n'avait un intérêt légitime à leur dépôt et que, si ceux-ci affirmaient de manière péremptoire leur bonne foi pour soutenir que cette demande était irrecevable car forclose, elle avait déjà démontré que toutes ces marques avaient été déposées dans la seule intention de lui nuire, la cour d'appel, qui a dénaturé les termes clairs et précis de ces conclusions, a violé le texte susvisé ;

Sur le quatrième moyen, pris en sa seconde branche :

Vu l'article 4 du code de procédure civile ;

Attendu que pour rejeter les demandes en nullité, pour dépôt frauduleux, des marques " Laguiole innove la tradition " n° 3 468 615, " Laguiole shopper " n° 3 468 616, " Baron Laguiole " n° 3 518 815, " Laguiole cuisinier de père en fils " n° 3 614 716, " Laguiole cuisinier de père en fils " n° 3 568 289, " Domaine Laguiole " n° 3 402 440, " Laguiole génération " n° 3 624 569, " Laguiole " n° 3 628 607, " Laguiole le jardinier " n° 3 633 406 et " Laguiole premium " n° 3 642 134, l'arrêt relève que la commune de Laguiole s'abstient de préciser en quoi ces dépôts de marques préjudicient à ses propres attributions, d'expliciter les activités requérant l'usage du signe " Laguiole " dont ils pourraient la priver et de rapporter la preuve de l'intention de lui porter préjudice en l'empêchant, éventuellement, de tirer profit de son nom ;

Qu'en statuant ainsi, alors que, dans les développements de ses écritures d'appel relatifs aux demandes en nullité des marques, la commune de Laguiole, après avoir invoqué le fait que l'ensemble des marques incriminées couvrait trente-sept classes de la classification de Nice, avait dressé un tableau précisant, pour chacune des activités qu'elle-même ou ses administrés exploitaient, le libellé des produits et services visés aux enregistrements respectifs des marques litigieuses qu'elle considérait comme similaires, complémentaires ou interchangeables avec les siens, accompagné d'un exposé des motifs d'une telle appréciation, la cour d'appel, qui a dénaturé les termes clairs et précis de ces conclusions, a violé le texte susvisé ;

Sur le même moyen, pris en sa première branche :

Vu les articles L. 711-1 et L. 712-1 du code de la propriété intellectuelle ensemble le principe selon lequel la fraude corrompt tout ;

Attendu que pour statuer comme il fait, l'arrêt retient encore, par motifs propres et adoptés, que la commune de Laguiole ne démontre pas que son nom en tant que collectivité territoriale était renommé à la date des dépôts de marques et qu'elle ne peut revendiquer le monopole de la protection d'un mot devenu courant pour désigner un type de couteau et un fromage bénéficiant d'une appellation d'origine contrôlée ;

Qu'en se déterminant ainsi, alors qu'elle avait relevé que MM. X... et la société Laguiole connaissaient l'existence de la commune de Laguiole et qu'aucun des produits et services revêtus des marques n'était fabriqué ou fourni sur le territoire de celle-ci, la cour d'appel, qui n'a pas recherché, comme elle y était invitée, si le dépôt d'un ensemble de marques comprenant le nom " Laguiole ", parfois combiné au dessin emblématique d'une abeille, pour désigner de nombreux produits et services sans lien de rattachement avec cette commune, ne s'inscrivait pas dans une stratégie commerciale visant à priver celle-ci, ou ses administrés actuels ou potentiels, de l'usage de ce nom nécessaire à leur activité, caractérisant la mauvaise foi de MM. X... et de la société Laguiole et entachant de fraude les dépôts effectués, a privé sa décision de base légale ;

Sur le septième moyen, pris en sa première branche :

Vu l'article 624 du code de procédure civile ;

Attendu que la cassation sur le premier moyen, pris en ses trois premières et cinquième branches, entraîne, par voie de conséquence, celle de l'arrêt qui, pour rejeter l'ensemble des demandes en déchéance des droits des propriétaires sur toutes les marques litigieuses pour usage trompeur, se fonde sur les motifs par lesquels il a rejeté les demandes formées au titre des pratiques commerciales trompeuses ;

Sur le huitième moyen, pris en sa première branche :

Vu l'article L. 714-5 du code de la propriété intellectuelle ;

Attendu que pour déclarer la commune de Laguiole irrecevable à agir en déchéance des droits des propriétaires sur les marques litigieuses, l'arrêt retient qu'elle s'abstient de démontrer que les produits ou services visés à l'enregistrement de ces marques entravent ou sont susceptibles d'entraver son activité propre ;

Qu'en statuant ainsi, alors que la déchéance pour non-usage peut être demandée par toute personne intéressée et que justifie d'un tel intérêt la commune dont il a été constaté que le nom avait été déposé à titre de marques pour désigner des produits et services couvrant presque toutes les classes, ce dont résultait une entrave au libre usage de son nom pour l'exercice de ses activités, la cour d'appel a violé le texte susvisé ;

Et sur le même moyen, pris en sa seconde branche :

Vu l'article L. 714-5 du code de la propriété intellectuelle ensemble les articles L. 2251-1 et suivants du code général des collectivités territoriales ;

Attendu que pour statuer comme il fait, l'arrêt retient encore, par motifs adoptés, que la commune de Laguiole ne peut, en qualité de collectivité territoriale, exercer une activité économique ;

Qu'en statuant ainsi, alors que, sous réserve du respect des principes de la liberté du commerce et de l'industrie et de l'égalité des citoyens devant la loi, ainsi que des règles de l'aménagement du territoire définies par la loi approuvant le plan, une commune peut intervenir en matière économique et sociale dans les conditions prévues par le code général des collectivités territoriales, la cour d'appel a violé les textes susvisés ;

PAR CES MOTIFS, et sans qu'il y ait lieu de statuer sur les autres griefs :

CASSE ET ANNULE, mais seulement en ce qu'il rejette les demandes formées par la commune de Laguiole au titre des pratiques commerciales trompeuses, déclare forcloses ses demandes en nullité, pour atteinte à un droit antérieur, des marques n° 97 674 962, 98 762 002, 98 762 001, 99 794 586, 99 803 625, 3 018 629, 3 136 619, 3 255 629, 3 263 291, 3 263 288, 3 256 636 et 3 326 831, rejette ses demandes en nullité, pour dépôt frauduleux, des marques n° 3 468 615, 3 468 616, 3 518 815, 3 614 716, 3 568 289, 3 402 440, 3 624 569, 3 628 607, 3 633 406 et 3 642 134, rejette l'ensemble de ses demandes en déchéance des droits des propriétaires sur toutes les marques litigieuses pour usage trompeur et la déclare irrecevable à agir en déchéance des droits des propriétaires sur les marques litigieuses pour non-usage, et en ce qu'il statue sur les dépens et l'application de l'article 700 du code de procédure civile, l'arrêt rendu le 4 avril 2014, entre les parties, par la cour d'appel de Paris ; remet, en conséquence, sur ces points, la cause et les parties dans l'état où elles se trouvaient avant ledit arrêt et, pour être fait droit, les renvoie devant la cour d'appel de Paris, autrement composée ;

Dit n'y avoir lieu de mettre hors de cause les sociétés LCL Partner, TSP, Aimé Byttebier-Michels et Clisson, dont la présence devant la cour de renvoi est nécessaire à la solution du litige ;

Condamne MM. X... et les sociétés Laguiole, Laguiole licences, Polyflame Europe, Garden Max, LCL Partner, TSP, Aimé Byttebier-Michels, Simco Cash, Lunettes Folomi et Clisson aux dépens ;

Vu l'article 700 du code de procédure civile, condamne, d'une part, MM. X... et les sociétés Laguiole et Laguiole licences à payer la somme globale de 3 000 euros à la commune de Laguiole et, d'autre part, les sociétés Polyflame Europe, Garden Max, LCL Partner, TSP, Aimé Byttebier-Michels, Simco Cash, Lunettes Folomi et Clisson à payer la même somme globale de 3 000 euros à la commune de Laguiole et rejette les autres demandes ;

Dit que sur les diligences du procureur général près la Cour de cassation, le présent arrêt sera transmis pour être transcrit en marge ou à la suite de l'arrêt partiellement cassé ;

Ainsi fait et jugé par la Cour de cassation, chambre commerciale, financière et économique, et prononcé par le président en son audience publique du quatre octobre deux mille seize.