

COUR DE CASSATION

Chambre commerciale, 20 février 2007

Pourvoi n° 05-10319

Président : M. Tricot

Attendu, selon l'arrêt attaqué, que la société Décathlon, qui exerce son activité dans le domaine de la vente d'articles de sport, a assigné la société Valley, ainsi que MM. X..., Y... et Z..., en responsabilité civile à raison d'atteintes portées, tant à la marque verbale "Décathlon", notoire, dont elle est titulaire, qu'à sa dénomination sociale et à son enseigne, pour avoir exploité un site internet nommé "decathlon.pl", dont le contenu utilise ce terme, et présente des dessins humoristiques à caractère vulgaire ou à connotation sexuelle, accompagnés de légendes en langue polonaise, tournant en dérision des sportifs pratiquant des épreuves du décathlon ;

Sur le moyen unique, pris en ses première, deuxième, troisième et cinquième branches :

Attendu que la société Décathlon fait grief à l'arrêt d'avoir rejeté ses demandes, alors, selon le moyen :

1) que l'emploi d'une marque jouissant d'une renommée pour des produits ou services non similaires à ceux désignés dans l'enregistrement engage la responsabilité civile de son auteur s'il est de nature à porter préjudice au propriétaire de la marque ou si cet emploi constitue une exploitation injustifiée de cette dernière ; que la renommée à laquelle il est porté atteinte s'apprécie non pas seulement dans le lieu d'où provient l'atteinte mais encore et surtout dans ceux où elle est subie ; qu'après avoir constaté expressément "qu'il ressort du constat dressé le 8 janvier 2003 par un agent assermenté de l'Agence pour la protection des programmes que le site internet incriminé situé à l'adresse <http://www.decathlon.pl> est accessible et consultable en France", la cour d'appel ne pouvait s'attacher, pour écarter toute atteinte à la marque "Décathlon", au fait "que si cette marque jouit d'une renommée indéniable s'étendant même au-delà du territoire français, il n'est pas démontré qu'elle était connue d'une large fraction du public en Pologne en juin 2000", sans méconnaître les conséquences légales de ses propres constatations au regard de l'article L. 713-5 du code de la propriété intellectuelle ;

2) qu'en retenant l'absence de préjudice subi par la société Décathlon du fait de l'exploitation du site litigieux sous la dénomination "decathlon.pl" au motif que, "même accessible au public français ou européen qui connaît la marque, son audience et son impact se trouvent

nécessairement limités", ce qui ne pouvait qu'en limiter l'étendue, la cour d'appel a méconnu les conséquences légales de ses propres constatations au regard de l'article L. 713-5 du code de la propriété intellectuelle ;

3) qu'en retenant que "même accessible au public français ou européen", le site incriminé exploité sous la dénomination "decathlon.pl" n'avait qu'une audience et un impact limités et ne portait en conséquence pas atteinte à la société Décathlon dès lors qu'il est en langue polonaise, sans rechercher, comme il était soutenu et avait été retenu par les premiers juges, si, indépendamment même des légendes en langue polonaise, les images à connotation sexuelle ou portant sur la consommation d'alcool dénigrant la pratique du sport et des activités sportives, pratique sur la valorisation de laquelle est précisément fondée l'image de la marque de renommée "Décathlon", ne portaient pas préjudice à la société Décathlon, la cour d'appel a privé sa décision de base légale au regard de l'article L. 713-5 du code de la propriété intellectuelle ;

4) que constitue en toute occurrence une faute le fait de faire enregistrer comme nom de domaine une dénomination identique à la marque, à l'enseigne et à la dénomination sociale d'une société et de tenter d'obtenir une contrepartie financière au transfert de cet enregistrement ; que les premiers juges avaient retenu que "la reproduction de la dénomination Décathlon, associée à des images à connotation sexuelle ou portant sur la consommation d'alcool dénigrant la pratique du sport et ce, à des finalités mercantiles, s'agissant d'obtenir une contrepartie financière au transfert du nom en cause, constitue un emploi injustifié qui, de plus, porte préjudice à la société Décathlon en ternissant son image basée sur la valorisation de la pratique du sport" ; que la société Décathlon, qui concluait à la confirmation du jugement, reprenait expressément ce moyen dans ses conclusions d'appel ; qu'en s'abstenant de tout motif sur ce point, la cour d'appel a privé sa décision de base légale au regard de l'article 1382 du code civil ;

Mais attendu, en premier lieu, que la propriété d'une marque, même notoire, constituée d'un nom commun n'interdisant pas l'usage de ce mot en son sens usuel, la cour d'appel a légalement justifié sa décision en retenant, par motifs non contestés, que le mot décathlon est employé dans son acception usuelle, ce dont résulte l'absence de toute atteinte au droit de marque, sans avoir à procéder à la recherche prétendument omise, et abstraction faite des motifs critiqués par les deux premières branches du moyen, qui, se fondant sur l'absence de reconnaissance de la marque "Décathlon" par une large fraction du public en Pologne, et non

point sur la notoriété de cette marque en France, puis en retenant l'absence de préjudice en raison de son caractère limité, sont erronés, mais surabondants ;

Et attendu, en second lieu, qu'en l'absence de toute autre référence aux signes distinctifs d'une entreprise, l'usage d'un mot, dans son acception usuelle, pour brocarder la pratique de l'activité ainsi nommée ne caractérisant pas un dénigrement de cette entreprise, même connue, utilisant ce mot à titre d'enseigne ou de dénomination sociale, la cour d'appel n'était pas tenue de répondre à des conclusions que sa décision rendait inopérantes ;

D'où il suit que le moyen n'est fondé en aucune de ces branches ;

Mais sur le moyen, pris en sa quatrième branche :

Vu l'article 1382 du code civil ;

Attendu qu'en abstenant de répondre aux conclusions de la société Décathlon soutenant que le site litigieux reproduit le terme décathlon dans un cartouche de couleur bleue, proche de la couleur utilisée par la société pour son enseigne, la cour d'appel n'a pas donné de base légale à sa décision ;

PAR CES MOTIFS :

CASSE ET ANNULE, mais seulement en ce qu'il a rejeté l'action en responsabilité civile fondée sur l'imitation de l'enseigne de la société Décathlon, l'arrêt rendu le 15 décembre 2004, entre les parties, par la cour d'appel de Paris ; remet, en conséquence, sur ce point, 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 ;

Laisse à chaque partie la charge de ses dépens respectifs ;

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 vingt février deux mille sept.