

COUR DE CASSATION
Chambre commerciale, 26 mai 2009

Pourvoi n° 08-16240
Président : Mme FAVRE

Au nom du peuple français,

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

Attendu, selon l'arrêt attaqué, que la société L'Occitane a conclu avec la société Colorado, le 2 avril 2000, un accord de confidentialité couvrant les informations que cette agence de conseil en communication lui confierait ; que le 26 avril 2000, la société Colorado a, dans ce cadre, proposé à la société L'Occitane un slogan "une histoire vraie", qu'elle a déposé, le même jour, ainsi que sa traduction anglaise, en tant que marques françaises, avant de procéder à ce même dépôt aux Etats-Unis ; que les parties ont conclu, le 15 juin 2000, un contrat par lequel la société L'Occitane confiait un budget publicitaire à la société Colorado, stipulant notamment une clause réglant le sort des droits de propriété intellectuelle attachés aux créations effectuées dans ce cadre ; que ce contrat ayant été résilié à effet du 31 décembre 2002, sans pour autant que les parties cessent leurs relations, qui se sont poursuivies jusqu'au 31 décembre 2005, la société L'Occitane a, en 2006, assigné la société Colorado afin d'obtenir le transfert à son profit des marques déposées par cette dernière, subsidiairement leur annulation pour fraude et déchéance, et en réclamant qu'il lui soit fait interdiction d'user de ce signe dans la vie des affaires ;

Sur le premier moyen :

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

1°/ que le jugement doit exposer succinctement les prétentions respectives des parties et leurs moyens ; que la cour d'appel qui s'est bornée à exposer les moyens développés par la société Colorado dans ses écritures d'appel et n'a ni exposé les moyens développés par la société L'Occitane dans ses dernières écritures d'appel signifiées le 18 février 2008, ni même visé ces conclusions avec l'indication de leur date, a violé l'article 455, alinéa 1er, du code de procédure civile ;

2°/ que toute personne a droit à ce que sa cause soit entendue équitablement, publiquement et dans un délai raisonnable, par un tribunal indépendant et impartial ; qu'en détaillant longuement les moyens développés par la société Colorado dans ses écritures d'appel et en ne faisant aucunement référence aux écritures de la société L'Occitane, la cour

d'appel a fait naître dans l'esprit de la société L'Occitane un doute légitime sur l'impartialité du juge, entachant sa décision d'une violation de l'article 6 § 1 de la Convention européenne de sauvegarde des droits de l'homme et des libertés fondamentales ;

Mais attendu que si la cour d'appel n'a pas résumé les conclusions de la société L'Occitane ainsi qu'elle l'a fait pour celles de la partie adverse, elle a analysé, dans le cours de sa motivation, les demandes et moyens qui s'y trouvaient formulés, et ainsi succinctement exposé les prétentions respectives des parties et leurs moyens, sans être tenue de viser particulièrement la date des seules conclusions prises devant elle par la société L'Occitane ; qu'en l'état de ces énonciations, dont il résulte qu'elle s'est référée aux conclusions prétendument ignorées, et que cette société n'a pas été placée dans une situation désavantageuse par rapport à la partie adverse, la cour d'appel n'a pu faire naître aucun doute légitime sur son impartialité ; que le moyen, qui manque en fait en sa première branche, n'est pas fondé pour le surplus ;

Sur le troisième moyen :

Attendu que la société L'Occitane fait grief à l'arrêt d'avoir rejeté ses actions en revendication et transfert de marques, en tant que fondées sur la fraude, alors, selon le moyen :

1°/ qu'une marque a pour fonction essentielle de garantir l'origine des produits et services qu'elle vise ; que dévoie cette fonction essentielle et présente donc un caractère frauduleux le dépôt d'une marque effectué, sans mandat et pour son propre compte, par une agence de publicité non pas pour identifier l'origine de ses propres produits ou services, mais ceux de ses futurs clients potentiels auxquels elle la monnayera ensuite ; qu'en retenant en l'espèce que le dépôt par l'agence de publicité Colorado des marques "Une histoire vraie" et "A true story" pour désigner des "produits de parfumerie, produits cosmétiques, shampoings, lotions pour les cheveux, savons, désodorisants (d'atmosphère) autres qu'à usage personnel", le jour même où elle avait soumis à la société L'Occitane le concept "Une histoire vraie" pour promouvoir les produits susvisés exploités par cette société, n'était pas frauduleux parce qu'il était "justifié voire nécessaire" dans l'intérêt "du client potentiel" et que l'agence Colorado aurait eu un intérêt légitime "alors qu'elle était amenée à divulguer ses idées" à "vouloir en assurer la protection la plus efficace possible", finalités qui ne correspondent pas à la fonction essentielle d'une marque, justifiant les droits qui y sont attachés, la cour d'appel a violé les articles L. 711-1 et L. 712-6 du code de la propriété intellectuelle ;

2°/ qu'est frauduleux le dépôt d'une marque

effectué dans l'intention de priver un tiers d'un signe dont le déposant sait qu'il sera nécessaire à l'activité ultérieure de ce tiers ; qu'en retenant que le dépôt de la marque américaine "A true story" n'aurait pas été effectué en fraude des droits de la société L'Occitane, cependant qu'elle avait constaté qu'il avait été effectué le 24 octobre 2000, c'est-à-dire plusieurs mois après la signature du contrat du 15 juin 2000 par lequel la société L'Occitane avait accepté de conclure avec la société Colorado sur la base du concept "Une histoire vraie" qui devait être le fer de lance de sa nouvelle stratégie de communication, la cour d'appel a méconnu les conséquences légales de ses propres constatations, en violation des articles 1134 et 1135 du code civil, ensemble le principe *fraus omnia corrumpit* ;

Mais attendu que l'arrêt constate que le dépôt de ces marques correspond, selon la convention des parties, à une "création, conception ou invention", entrant à ce titre dans le champ d'application de l'article 2-1 du contrat, qui prévoyait que, pendant les trois premières années du contrat, l'attribution des droits au client de l'agence serait subordonnée à une demande expresse de sa part et au paiement d'une certaine somme, fixée de manière dégressive en fonction de la durée des relations ; qu'en l'état de ses constatations, dont il résultait que les parties avaient convenu que les droits de propriété industrielle seraient initialement constitués dans le chef de l'agence, la cour d'appel a fait application de la volonté des parties en décidant, au regard des relations ainsi nouées, qu'il était justifié, que, dans l'intérêt de son client potentiel, la société Colorado en ait préalablement assuré la protection, et que le dépôt avait été effectué sans fraude ni mauvaise foi à son égard ; que le moyen n'est pas fondé ;

Mais sur le deuxième moyen :

Vu les articles 1134 du code civil et L. 110-3 du code de commerce ;

Attendu que pour rejeter les demandes de la société L'Occitane tendant au transfert à son profit des marques françaises et américaine en cause, ainsi qu'au paiement de dommages-intérêts, en tant que ces demandes étaient fondées sur les articles 1134 du code civil et 2 du contrat du 15 juin 2000, l'arrêt relève que la lettre recommandée avec accusé de réception en date du 13 juin 2002 constitue une résiliation conforme aux prévisions contractuelles ;

Attendu qu'en se bornant à ce constat, sans examiner, comme l'y invitaient les conclusions d'appel de la société L'Occitane, si, du fait du maintien de relations contractuelles, et dès lors notamment que le courrier en question précisait qu'elles étaient en discussion pour "aboutir à un nouveau contrat", les parties n'avaient pas eu,

après la résiliation du contrat, la commune intention de soumettre le transfert des droits aux conditions prévues par l'article 2 en cas d'exploitation pendant trois années consécutives par la société L'Occitane, 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 les demandes de la société L'Occitane tendant au transfert à son profit des marques françaises et américaine en cause, ainsi qu'au paiement de dommages-intérêts, en tant que ces demandes étaient fondées sur les articles 1134 du code civil et 2 du contrat du 15 juin 2000, l'arrêt rendu le 6 mai 2008, entre les parties, par la cour d'appel de Versailles ; 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 Versailles, autrement composée ;

Condamne la société Colorado aux dépens ;

Vu l'article 700 du code de procédure civile, rejette les 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 vingt-six mai deux mille neuf.

MOYENS ANNEXES au présent arrêt

Moyens produits par la SCP THOMAS-RAQUIN et BENABENT, avocat aux Conseils pour la société L'Occitane

PREMIER MOYEN DE CASSATION

Il est fait grief à l'arrêt infirmatif attaqué d'avoir débouté la société L'OCCITANE de sa demande de transfert à son profit des marques françaises « Une histoire vraie » et « A true story » et de la marque américaine « A true story » déposées par la société COLORADO ;

ALORS, DE PREMIERE PART, QUE le jugement doit exposer succinctement les prétentions respectives des parties et leurs moyens ; que la Cour d'appel qui s'est bornée à exposer les moyens développés par la société COLORADO dans ses écritures d'appel (cf. arrêt p. 4 à 10) et n'a ni exposé les moyens développés par la société L'OCCITANE dans ses dernières écritures d'appel signifiées le 18 février 2008, ni même visé ces conclusions avec l'indication de leur date, a violé l'article 455

alinéa 1er du Code de procédure civile ;

ALORS, DE DEUXIEME PART, QUE « toute personne a droit à ce que sa cause soit entendue équitablement, publiquement et dans un délai raisonnable, par un tribunal indépendant et impartial » ; qu'en détaillant longuement les moyens développés par la société COLORADO dans ses écritures d'appel et en ne faisant aucunement référence aux écritures de la société L'OCCITANE, la Cour d'appel a fait naître dans l'esprit de la société L'OCCITANE un doute légitime sur l'impartialité du juge, entachant sa décision d'une violation de l'article 6-1 de la Convention européenne de sauvegarde des droits de l'homme et des libertés fondamentales.

DEUXIEME MOYEN DE CASSATION

Il est fait grief à l'arrêt infirmatif attaqué d'avoir débouté la société L'OCCITANE de sa demande de transfert à son profit des marques françaises « Une histoire vraie » et « A true story » et de la marque américaine « A true story » déposées par la société COLORADO ;

AUX MOTIFS QUE « sur la demande de transfert des marques formée sur le fondement des articles 1134 du Code civil et 2 du contrat du 15 juin 2000 et la demande de dommages et intérêts, que l'article 2-1 de la convention dont exécution est demandée prévoit en son premier alinéa que « du seul fait de l'acceptation par l'annonceur des propositions que l'agence aura faites sur la base d'indications fournies par l'annonceur, tous les droits de propriété intellectuelle, artistique ou industrielle auxquels pourraient donner lieu les créations, conceptions ou inventions contenues dans ces propositions et qui auront été dûment acceptées et exploitées pendant 3 années consécutives dans le cadre du présent contrat, deviendront la propriété exclusive de l'annonceur, notamment les droits de reproduction, de représentation et d'adaptation » et précise que « cette propriété s'étend à l'ensemble des créations réalisées par l'agence dans le cadre de la compétition organisée par l'annonceur et qui a conduit les parties à conclure le présent contrat » ; que le quatrième alinéa du même article prévoit de son côté qu'« il est toutefois expressément convenu qu'avant l'issue d'une période de 3 années, si l'annonceur décide de résilier le présent contrat, conformément à l'article IX, l'annonceur aura la faculté de procéder librement à l'usage de tous les travaux de création effectués par l'agence et exploités par l'annonceur si ce dernier en fait la demande écrite à l'agence par lettre recommandée. Cette cession pourra être demandée, dans l'année suivant la rupture du contrat ou dans les années suivantes selon la décision de l'annonceur, contre paiement à l'agence par l'annonceur d'une somme forfaitaire définie ci-après : - arrêt du contrat au 31 décembre 2000, forfait de cession : 1.200.000

francs (182.938,82 euros) HT, - arrêt du contrat au 31 décembre 2001, forfait de cession : 600.000 francs (91.469,41 euros) HT, - arrêt du contrat au 31 décembre 2002, forfait de cession : 200.000 francs (30.489,80 euros) HT ; que par télécopie et lettre recommandée avec accusé de réception en date du 13 juin 2002, la société L'OCCITANE écrit à la société COLORADO en lui indiquant notamment : « je souhaite donc nous donner plus de latitude en vous prévenant dans le délai requis par notre contrat (6 mois avant le 31 décembre 2002) que nous ne souhaitons pas le renouveler dans sa forme actuelle et que nous y mettrons donc un terme à la date du 31 décembre 2002 » ; que ce même courrier précisait que les parties étaient en discussion pour négocier pour « aboutir à un nouveau contrat » ; que ce courrier constitue une résiliation conforme aux prévisions contractuelles de l'article IX du contrat qui prévoyait que « le présent contrat est établi pour une durée déterminée commençant à courir le 1er juin 2000 pour finir le 31 décembre 2000. A défaut de dénonciation à l'initiative de l'une ou l'autre des parties, il se renouvellera par tacite reconduction pour des périodes successives d'un an, chacune des parties ayant la possibilité d'y mettre un terme à l'expiration de chaque période de validité, moyennant un préavis de six mois, signifié par lettre recommandée avec accusé de réception avant l'expiration de la période en cours » ; que le dépôt à l'INPI de la marque « Une histoire vraie » sous le n°00 3 024 128 et de sa traduction anglaise « A true story » sous le n°00 3 024 137 a été effectué le 26 avril 2000 par la société COLORADO ; que celle-ci ne démontre pas que la signature « Une histoire vraie » aurait été créée de façon abstraite, antérieurement à l'appel d'offres de la société L'OCCITANE ; qu'à cet égard l'attestation d'Olivier X..., qui fait état de faits peu crédibles, est formellement contredite par celle de Bruno Y... ; qu'au demeurant et surabondamment, la cour relève qu'elle n'est pas conforme aux prescriptions de l'article 202 du Code de procédure civile ; qu'il en résulte que la signature « Une histoire vraie » fait partie des « créations, conceptions ou inventions contenues dans (les) propositions » de COLORADO « faites sur la base d'indications fournies par L'OCCITANE et rentrant dans le champ d'application de l'article 2-1 de la convention signée, le 15 juin 2000, entre ces deux sociétés ; que, n'étant pas certaine d'être choisie, par L'OCCITANE, pour le marché de publicité pour lequel elle concourrait, il était légitime que COLORADO protègeât pour elle-même, ces signatures ; que d'autre part dans la mesure où elle remportait ce marché, le dépôt par elle fait, constituait une « création, conception ou invention contenues dans (les) propositions » rentrant dans le champ d'application de l'article 2-1 du contrat ; qu'il était dès lors justifié, voire nécessaire, que, dans l'intérêt du client potentiel, elle en ait préalablement assuré la protection ; que dès

lors le dépôt du 26 avril 2000, par COLORADO, des marques dont le transfert est demandé, a été effectué sans fraude ni mauvaise foi, tant au regard des dispositions de l'article L. 712-6 du Code de la propriété intellectuelle qu'à celui des principes généraux du droit, notamment exprimés dans l'adage « Fraus omnia corrumpit » ; qu'en conséquence, par application des dispositions de l'article L. 712-6, alinéa 2, du Code de la propriété intellectuelle, la revendication de L'OCCITANE, engagée plus de trois ans après le 2 juin 2000, date de publication des marques dont transfert est demandé se heurte à la prescription ; que surabondamment, L'OCCITANE ne serait pas fondée à solliciter le transfert, sans contrepartie, des marques « Une histoire vraie » et « A true story » par application des stipulations de l'article 2-1 du contrat du 15 juin 2000, ces stipulations soumettant un tel transfert à « une demande écrite à l'agence par lettre recommandée (...) dans l'année suivant la rupture du contrat ou dans les années suivantes selon la décision de l'annonceur » et, le contrat ayant pris fin au 31 décembre 2002, au paiement d'un « forfait de cession » de 200.000 francs (30.489,80 euros) HT ; qu'en ce qui concerne le dépôt de la marque américaine « A true story », effectué le 24 octobre 2000 sous le numéro 76 152 802 que COLORADO, titulaire légitime des marques françaises « Une histoire vraie » et « A true story » se devait d'assurer la protection de cette dernière, afin de permettre à L'OCCITANE d'en jouir paisiblement pendant la durée de leurs relations régies par le contrat du 15 juin 2000 et, le cas échéant, d'en devenir propriétaire, selon les modalités stipulées à l'article 2-1 du contrat précité ; que ce dépôt, non plus, ne saurait être considéré comme entaché de fraude ; que sur la déchéance des marques, il n'est pas contestable et qu'il est démontré par les propres productions de L'OCCITANE, que cette société a exploité les marques « Une histoire vraie » et « A true story » jusqu'au 31 décembre 2002 ; que, postérieurement à cette date et jusqu'en 2008, L'OCCITANE a poursuivi ces mêmes exploitations ; que, toujours postérieurement à cette date, des relations contractuelles se sont poursuivies entre L'OCCITANE et COLORADO jusqu'au 31 janvier 2005 ; que tant les courriers échangés que les factures montrent que l'exploitation des marques « Une histoire vraie » et « A true story » par L'OCCITANE a continué à être effectuée au su et du consentement de COLORADO ; qu'en particulier le courrier de cette dernière société du 3 janvier 2006, soit immédiatement après la fin de ses relations contractuelles avec L'OCCITANE indique : « l'utilisation de ces deux marques dans le cadre des campagnes publicitaires qui pourraient être réalisées par votre société après l'application (sic) de nos relations contractuelles ne rentre pas dans le cadre des dispositions de l'article 2 du contrat et, en conséquence, aucune utilisation de ces marques ne pourra être

effectuée sans notre autorisation ; que ce courrier démontre tant l'autorisation d'exploitation antérieure au 31 décembre 2005 que son retrait explicite à compter du 3 janvier 2006 ; qu'en conséquence, la déchéance des marques françaises « Une histoire vraie » et « A true story » ne saurait être prononcée ; que dans ces conditions, il ne saurait être fait droit à la demande de L'OCCITANE de faire interdiction à COLORADO de faire usage des marques objet du litige ; que sur la demande reconventionnelle de COLORADO, cette société se borne à faire valoir que la demande de L'OCCITANE serait « totalement infondée » et « particulièrement abusive » ; que cependant pour non fondée qu'elle est, la demande de L'OCCITANE ne présente pas un caractère abusif, donc fautif ; qu'au demeurant COLORADO n'allègue même pas un préjudice, se bornant, sans justification aucune, à demander 20.000 euros de dommages et intérêts » ;

ALORS QU'il est de principe qu'« à l'égard des commerçants, les actes de commerce peuvent se prouver par tous moyens à moins qu'il n'en soit autrement disposé par la loi » ; que la société L'OCCITANE faisait valoir que ses relations commerciales s'étaient poursuivies avec la société COLORADO postérieurement au 31 décembre 2002 jusqu'au 31 décembre 2005, que, postérieurement au 31 décembre 2002, elle avait continué d'exploiter les marques « Une histoire vraie » et « A true story » avec l'accord de la société COLORADO, et que les parties avaient entendu continuer d'appliquer à leurs relations commerciales les stipulations de l'article 2 du contrat du 15 juin 2000 prévoyant que les droits de propriété intellectuelle auxquels pourraient donner lieu les créations, conceptions ou inventions contenues dans les propositions de la société COLORADO et exploitées par la société L'OCCITANE pendant plus de trois ans, deviendraient, passé ce délai, la propriété exclusive de celle-ci sans autre formalité ; qu'elle en voulait pour preuve les courriers des 3 et 31 janvier 2006 par lesquels la société COLORADO avait elle-même reconnu que les dispositions de l'article 2 du contrat du 15 juin 2000 étaient demeurées applicables jusqu'au 31 décembre 2005 ; que le jugement, dont la société L'OCCITANE sollicitait sur ce point la confirmation, avait jugé que telle avait bien été la commune intention des parties postérieurement au 31 décembre 2002, date de résiliation du contrat du 15 juin 2000 ; qu'en retenant que, ce contrat ayant été résilié, seules s'appliqueraient les dispositions de l'article 2 du contrat régissant le transfert des droits précités en cas de rupture du contrat avant l'issue d'une période de trois ans, sans rechercher si, postérieurement à la rupture du contrat, du fait du maintien de leurs relations contractuelles, les parties n'avaient pas eu la commune intention de soumettre le transfert des droits aux conditions prévues par l'article 2 en cas

d'exploitation pendant trois années consécutives par la société L'OCCITANE, la Cour d'appel a privé sa décision de base légale au regard des articles 1134 du Code civil et L. 110-3 du Code de commerce.

TROISIEME MOYEN DE CASSATION (subsidaire)

Il est fait grief à l'arrêt infirmatif attaqué d'avoir débouté la société L'OCCITANE de son action en revendication des marques françaises « Une histoire vraie » et « A true story » et de sa demande tendant à voir ordonner à la société COLORADO de lui transférer la propriété de la marque américaine « A true story » ;

AUX MOTIFS PROPRES QUE « n'étant pas certaine d'être choisie, par L'OCCITANE, pour le marché de publicité pour lequel elle concourrait, il était légitime que COLORADO protégeât pour elle-même, ces signatures ; que d'autre part dans la mesure où elle remportait ce marché, le dépôt par elle fait, constituait une « création, conception ou invention contenues dans (les) propositions » rentrant dans le champ d'application de l'article 2-1 du contrat ; qu'il était dès lors justifié, voire nécessaire, que, dans l'intérêt du client potentiel, elle en ait préalablement assuré la protection ; que dès lors le dépôt du 26 avril 2000, par COLORADO, des marques dont le transfert est demandé, a été effectué sans fraude ni mauvaise foi, tant au regard des dispositions de l'article L. 712-6 du Code de la propriété intellectuelle qu'à celui des principes généraux du droit, notamment exprimés dans l'adage « Fraus omnia corrumpit » ; qu'en conséquence, par application des dispositions de l'article L. 712-6, alinéa 2, du Code de la propriété intellectuelle, la revendication de L'OCCITANE, engagée plus de trois ans après le 2 juin 2000, date de publication des marques dont transfert est demandé se heurte à la prescription ... ; qu'en ce qui concerne le dépôt de la marque américaine « A true story », effectué le 24 octobre 2000 sous le numéro 76 152 802 que COLORADO, titulaire légitime des marques françaises « Une histoire vraie » et « A true story » se devait d'assurer la protection de cette dernière, afin de permettre à L'OCCITANE d'en jouir paisiblement pendant la durée de leurs relations régies par le contrat du 15 juin 2000 et, le cas échéant, d'en devenir propriétaire, selon les modalités stipulées à l'article 2-1 du contrat précité ; que ce dépôt, non plus, ne saurait être considéré comme entaché de fraude » ;

ET AUX MOTIFS ADOPTES QUE « l'article L. 712-6 du Code de la propriété intellectuelle ouvre l'action en revendication lorsqu'un dépôt de marque a été réalisé en fraude des droits des tiers ou en violation d'une obligation légale ou conventionnelle ; que la société COLORADO a déposé les deux marques françaises « Une histoire vraie » et « A true story » le 26 avril

2000 ; qu'il ressort des nombreux catalogues et dépliants publicitaires versés aux débats par la société L'OCCITANE que depuis 2001 et jusqu'à ce jour, la demanderesse a fait un usage très important de l'expression « une histoire vraie », l'associant de manière quasi systématique à sa dénomination sociale ; que cependant à la date des dépôts, la société COLORADO ne pouvait être certaine qu'elle serait choisie par la société L'OCCITANE comme agence de publicité, le contrat ayant été conclu deux mois plus tard ; qu'elle ne pouvait pas non plus prévoir la durée des relations contractuelles et donc l'importance que cette expression prendrait au fil des années dans la communication de la société L'OCCITANE ; que par ailleurs, à un stade pré-contractuel alors qu'elle était amenée à divulguer ses idées, la société COLORADO avait un intérêt légitime à vouloir en assurer la protection la plus efficace possible ; que dès lors il n'est pas suffisamment démontré que la société COLORADO a effectué ce dépôt afin de pouvoir ensuite revendre les marques à la société L'OCCITANE une fois que celles-ci seraient devenues fondamentales pour elle ; que le caractère frauduleux des dépôts n'est donc pas établi ; que par ailleurs le contrat conclu entre les parties le 15 juin 2000 n'empêchait pas la société COLORADO de faire établir ses droits de propriété intellectuelle sur ses créations puisqu'au contraire il en organisait le transfert sous certaines conditions de durée d'exploitation et de paiement ; qu'ainsi la société L'OCCITANE ne peut prétendre que la société COLORADO devait mettre fin aux procédures d'enregistrement à compter du 15 juin 2000 et ne pas effectuer de dépôt aux Etats-Unis au mois d'octobre alors qu'elle-même ne pouvait prétendre à aucun droit de propriété sur ces créations et que leur protection pouvait cependant apparaître utile ; que dès lors les dépôts n'ont pas été réalisés en violation de dispositions contractuelles et l'application de l'article L. 712-6 doit être écartée » ;

ALORS, D'UNE PART, QU'une marque a pour fonction essentielle de garantir l'origine des produits et services qu'elle vise ; que dévoie cette fonction essentielle et présente donc un caractère frauduleux le dépôt d'une marque effectué, sans mandat et pour son propre compte, par une agence de publicité non pas pour identifier l'origine de ses propres produits ou services, mais ceux de ses futurs clients potentiels auxquels elle la monnayera ensuite ; qu'en retenant en l'espèce que le dépôt par l'agence de publicité COLORADO des marques « Une histoire vraie » et « A true story » pour désigner des « produits de parfumerie, produits cosmétiques, shampoings, lotions pour les cheveux, savons, désodorisants (d'atmosphère) autres qu'à usage personnel », le jour même où elle avait soumis à la société L'OCCITANE le concept « Une histoire vraie » pour promouvoir les produits susvisés exploités par cette société, n'était pas frauduleux parce qu'il était « justifié

voire nécessaire » dans l'intérêt « du client potentiel » et que l'agence COLORADO aurait eu un intérêt légitime « alors qu'elle était amenée à divulguer ses idées » à « vouloir en assurer la protection la plus efficace possible », finalités qui ne correspondent pas à la fonction essentielle d'une marque, justifiant les droits qui y sont attachés, la Cour d'appel a violé les articles L. 711-1 et L. 712-6 du Code de la propriété intellectuelle ;

ALORS, D'AUTRE PART, QU'est frauduleux le dépôt d'une marque effectué dans l'intention de priver un tiers d'un signe dont le déposant sait qu'il sera nécessaire à l'activité ultérieure de ce tiers ; qu'en retenant que le dépôt de la marque américaine « A true story » n'aurait pas été effectué en fraude des droits de la société L'OCCITANE, cependant qu'elle avait constaté qu'il avait été effectué le 24 octobre 2000, c'est-à-dire plusieurs mois après la signature du contrat du 15 juin 2000 par lequel la société L'OCCITANE avait accepté de conclure avec la société COLORADO sur la base du concept « Une histoire vraie » qui devait être le fer de lance de sa nouvelle stratégie de communication, la Cour d'appel a méconnu les conséquences légales de ses propres constatations, en violation des articles 1134 et 1135 du Code civil, ensemble le principe *fraus omnia corrumpit*.