

COMM.

CH.B

COUR DE CASSATION

Audience publique du 19 juin 2019

Cassation partielle

Mme RIFFAULT-SILK, conseiller
doyen faisant fonction de président

Arrêt n° 508 F-D

Pourvoi n° X 17-26.469

R É P U B L I Q U E F R A N Ç A I S E

AU NOM DU PEUPLE FRANÇAIS

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

Statuant sur le pourvoi formé par la société Huttoxia, société anonyme, dont le siège est [...],

contre l'arrêt rendu le 20 juin 2017 par la cour d'appel de Paris (pôle 5, chambre 1), dans le litige l'opposant à la société Indigo Group, anciennement dénommée Infra Park, société par actions simplifiée, dont le siège est [...],

défenderesse à la cassation ;

La demanderesse invoque, à l'appui de son pourvoi, les deux moyens de cassation annexés au présent arrêt ;

Vu la communication faite au procureur général ;

LA COUR, en l'audience publique du 7 mai 2019, où étaient présents : Mme RIFFAULT-SILK, conseiller doyen faisant fonction de président, Mme Darbois, conseiller rapporteur, Mme Orsini, conseiller, M. Graveline, greffier de chambre ;

Sur le rapport de Mme Darbois, conseiller, les observations de la SCP Bernard Hémerly, Carole Thomas-Raquin, Martin Le Guerier, avocat de la société Huttopia, de la SCP Piwnica et Molinié, avocat de la société Indigo Group, l'avis de Mme Beaudonnet, avocat général, et après en avoir délibéré conformément à la loi ;

Attendu, selon l'arrêt attaqué, que la société Huttopia, qui exerce son activité dans le domaine de l'exploitation de campings sous l'enseigne et le nom commercial « Indigo », est titulaire de la marque verbale française « Indigo » n° 3062651, déposée le 30 octobre 2000 et renouvelée le 21 mai 2010, pour désigner, en classe 43, le service de « camping (exploitation de terrains de camping) » ; que la société Infra Park, devenue Indigo Group (la société Infra Park), qui a repris l'activité de stationnement antérieurement exercée par sa filiale sous la dénomination Vinci Park, est titulaire des marques françaises semi-figuratives « Indigo » n° 15 4 187 612 et n° 15 4 187 613, déposées le 10 juin 2015, et des marques verbales « Indigo » n° 08 3 589 262, déposée le 18 juillet 2008, « IND'GO » n° 15 4 155 415 et « Indigo » n° 15 4 155 412 déposées le 9 février 2015, pour désigner divers produits et services, notamment, en classe 39, les « services de parc de stationnement, location de places de stationnement », ainsi que de dix-neuf noms de domaine comportant le terme « indigo » précédé ou suivi du terme « park » ; qu'ayant constaté que la société Infra Park exploitait des aires de stationnement réservées aux camping-cars sous l'enseigne et les marques « Indigo », la société Huttopia l'a assignée en contrefaçon de marque, annulation de ses marques et concurrence déloyale ;

Sur le premier moyen, en tant qu'il fait grief à l'arrêt de rejeter les demandes d'annulation des marques dont la société Infra Park est titulaire et les demandes au titre de la contrefaçon par reproduction de la marque « Indigo » n° 3062651, et sur le second moyen :

Attendu qu'il n'y a pas lieu de statuer par une décision spécialement motivée sur ces moyens, qui ne sont manifestement pas de nature à entraîner la cassation ;

Mais sur le premier moyen, pris en sa première branche, en tant qu'il fait grief à l'arrêt de rejeter les demandes au titre de la contrefaçon par imitation de la marque « Indigo » n° 3062651, qui est recevable :

Vu l'article L. 713-3 du code de la propriété intellectuelle ;

Attendu que pour écarter toute similarité entre les services de camping, exploitation de terrains de camping, et les services de parc de stationnement et location de places de stationnement réservés à des camping-cars, et, par conséquent, écarter tout risque de confusion et rejeter les demandes au titre de la contrefaçon par imitation de la marque « Indigo » n° 3062651, l'arrêt retient que les services de stationnement, y compris lorsqu'ils sont réservés aux camping-cars, qui consistent à assurer le garage d'un véhicule pour une courte durée, ne sont pas de même nature et n'ont pas la même fonction ou destination que les services de camping, qui consistent en un hébergement temporaire à vocation touristique, que leur utilisation est différente en ce que le camping assure un véritable accueil dans un environnement soigné, le plus souvent arboré, et propose des services associés, tels que des boutiques, lieux de restauration, location de matériel de camping et de vélos, destinés à contribuer au bon séjour d'une clientèle principalement composée de vacanciers, tandis que les parkings ou parcs de stationnement proposent des espaces bitumés aménagés pour le stationnement des véhicules, même si la plaquette « Les aires d'accueil de camping-cars - Guide à destination des porteurs de projets » de la société Infra Park, qui propose des services permettant seulement l'installation des véhicules, la possibilité pour les camping-caristes de passer un bref moment, « la nuit ou une partie de la journée », et, le cas échéant, des facilités de maintenance, tels que vidange des eaux usées et ravitaillement en eau et électricité, promet un accueil « dans un espace sécurisé, confortable et agréable » ; qu'il ajoute que la rubrique « Stationnement et accueil » du code du comportement de la Fédération française des associations et clubs de camping-cars, qui indique que « l'utilisation des camping-cars, comme habitation en centre urbain comme sur tout domaine

public, doit se faire en respectant les règles du stationnement, sans déballage à l'extérieur (stores, tables, chaises, linge etc...) afin d'éviter toutes nuisances pour les riverains » fait aussi ressortir cette utilisation différente d'un camping-car sur un camping et sur une aire d'accueil ; qu'après avoir constaté que la circonstance que les aires de stationnement pour camping-cars soient soumises à la réglementation des terrains de camping prévue aux articles L. 443-1 et suivants et R. 443-1 et suivants du code de l'urbanisme, ce qui implique, en particulier, qu'elles doivent faire l'objet d'une déclaration préalable et qu'au-delà d'une certaine capacité d'accueil, elles sont soumises à un permis d'aménager, était sans emport quant à l'absence d'identité des services en cause, il retient en outre que ces services ne sont pas complémentaires puisqu'il n'existe pas de lien étroit et obligatoire entre eux, même si les campings proposent généralement, et à titre accessoire, des places de parking à leurs clients afin de leur permettre de garer leurs véhicules pendant la durée de leur séjour ;

Qu'en se déterminant ainsi, sans rechercher, comme elle y était invitée, si, au vu des facteurs pertinents caractérisant leurs rapports, le consommateur, tout en les distinguant, pouvait attribuer une origine commune aux services offerts sous les marques en présence, la cour d'appel a privé sa décision de base légale ;

PAR CES MOTIFS, et sans qu'il y ait lieu de statuer sur le dernier grief :

CASSE ET ANNULE, mais seulement en ce qu'il rejette les demandes au titre de la contrefaçon par imitation de la marque « Indigo » n° 3062651, formées par la société Huttoxia, 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 20 juin 2017, 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 ;

Condamne la société Indigo Group aux dépens ;

Vu l'article 700 du code de procédure civile, la condamne à payer à la société Huttoxia la somme de 3 000 euros et rejette sa demande ;

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, prononcé en l'audience publique du dix-neuf juin deux mille dix-neuf et signé par Mme Orsini, conseiller qui en a délibéré, en remplacement de Mme RIFFAULT-SILK.

MOYENS ANNEXES au présent arrêt.

Moyens produits par la SCP Bernard Hémerly, Carole Thomas-Raquin, Martin Le Guerier, avocat aux Conseils, pour la société Huttoxia.

PREMIER MOYEN DE CASSATION

Il est fait grief à l'arrêt attaqué d'avoir débouté la société Huttoxia de l'ensemble de ses demandes autres que celles en nullité du jugement déféré et en nullité des procès-verbaux de constat d'huissier dressés les 30 janvier et 9 février 2017 à la demande de la société Intra Park ;

AUX MOTIFS PROPRES QUE « sur la contrefaçon de la marque verbale française « INDIGO » n° 3062651 de la société HUTTOPIA

que la société HUTTOPIA soutient que l'exploitation par la société Intra Park de la dénomination « INDIGO » à titre d'enseigne et de marque dans la vie des affaires, pour désigner des aires d'accueil pour camping-cars et, de manière plus générale, des services de stationnement payants et des parkings, soit pour offrir à la clientèle des services identiques ou au moins similaires à ceux visés par le dépôt de sa propre marque, constitue la contrefaçon de cette marque par

reproduction ou, à tout le moins, par imitation au sens des articles L. 713-2 et L. 713-3 du code de la propriété intellectuelle ;

que la société Infra Park répond que la société HUTTOPIA ne caractérise pas l'identité des signes et se méprend dans l'appréciation de l'identité et de la similarité des services en comparaison, faisant valoir, sur ce dernier point, que l'activité de camping de la société HUTTOPIA n'est pas identique ni même similaire, fût-ce par complémentarité, à l'activité de location de places de stationnement qui est la sienne, cette activité concernerait elle des camping-cars ; que l'article L. 713-2 du code de la propriété intellectuelle dispose : « Sont interdits, sauf autorisation du propriétaire : a) La reproduction, l'usage ou l'apposition d'une marque, même avec l'adjonction de mots tels que : "formule, façon, système, imitation, genre, méthode", ainsi que l'usage d'une marque reproduite, pour des produits ou services identiques à ceux désignés dans l'enregistrement » ;

que l'article L. 713-3 du même code dispose : « Sont interdits, sauf autorisation du propriétaire, s'il peut en résulter un risque de confusion dans l'esprit du public :

a) La reproduction, l'usage ou l'apposition d'une marque, ainsi que l'usage d'une marque reproduite, pour des produits ou services similaires à ceux désignés dans l'enregistrement ;

b) L'imitation d'une marque et l'usage d'une marque imitée, pour des produits ou services identiques ou similaires à ceux désignés dans l'enregistrement » ;

que c'est à juste raison que le tribunal a estimé que les services en comparaison ne sont pas identiques et que, par conséquent, la contrefaçon par reproduction de marque, au sens de l'article L. 713-2 du code de la propriété intellectuelle n'est pas caractérisée ;

qu'en effet, la marque antérieure revendiquée est déposée pour le service de « camping (exploitation de terrains de camping) » ; que, comme le tribunal l'a retenu, le camping est, aux termes de la définition du dictionnaire historique de la langue française LE ROBERT produit en première instance par la société HUTTOPIA, une « activité qui consiste à vivre en plein air sous la tente ou dans une caravane » et, selon WIKIPEDIA, « une activité touristique qui consiste à rester au même endroit sous une tente, une caravane ou un camping-car » ; que, par ailleurs, la société Infra Park rapporte utilement que, selon l'INSEE, les services de « campings (exploitation de terrains de campings) » constituent une catégorie d'hébergement qui comprend la « mise à disposition de lieux d'hébergement dans des terrains de camping, des parcs pour caravanes, des camps de loisirs et des camps de chasse et de pêche pour des séjours de courte durée ainsi que la mise à disposition d'installations et d'espaces destinés aux véhicules de loisirs », la « mise à disposition d'installations et d'espaces destinés aux véhicules de loisirs » s'entendant de « la fourniture d'un hébergement, combinée à des services de restauration, de loisirs ou de formation dans le cadre d'une offre « tout compris », dans un camp destiné à des adultes, des adolescents ou des enfants » ;

que la société Infra Park exploite, notamment sous ses cinq marques précitées et l'enseigne INDIGO, un réseau de parkings de stationnement, dont certains sont également destinés aux camping-cars ; que selon la définition de l'INSEE, les services de stationnement comprennent les services des aires de stationnement, des parcs de stationnement et des garages, couverts ou non ;

que deux produits ou services sont identiques lorsque les certificats d'enregistrement des deux marques énumèrent les mêmes produits ou services ou, en l'absence de dépôt par le contrefacteur, quand les produits ou services ont la même nature, remplissent la même fonction et s'adressent à même public ;

que le tribunal a exactement estimé que les services de stationnement, qui consistent principalement à assurer le garage de véhicules pour une courte durée, ne sont pas identiques à ceux de camping qui consistent en un service d'hébergement temporaire à vocation touristique et que si les campings proposent généralement des parkings destinés au garage des véhicules de la clientèle qui séjourne en camping, ces parkings ne constituent qu'un service accessoire, à l'instar des parkings d'hôpitaux ou de salles de cinéma, de sorte que les campings ne peuvent être qualifiés de catégorie générale englobant les parkings ;

que la société HUTTOPIA observe que le stationnement sur un camping constitue la prestation elle-même et que le forfait facturé à l'utilisateur d'un camping comprend le droit d'installer un équipement (tente, caravane ou camping-car) mais aussi un véhicule ; que cependant, l'utilisateur recourt aux prestations d'un camping, non pas pour y stationner son véhicule, mais bien pour y installer un équipement (tente, caravane ou camping-car) dans lequel il va pouvoir séjourner, le stationnement du véhicule avec lequel il s'est rendu dans le camping n'étant qu'accessoire, même s'il peut être payant ; qu'à l'inverse, l'utilisateur d'un parking ne séjourne pas dans le véhicule qu'il est venu y garer, ce qui lui est d'ailleurs habituellement interdit ;

que la société HUTTOPIA objecte encore, à juste raison, qu'il est fréquent d'utiliser un parking pour une longue durée et qu'inversement, certains campings sont utilisés pour une très courte durée, certains clients n'y passant qu'une nuitée et que, par ailleurs, la dimension touristique n'est pas absente des services de parking puisque des touristes y recourent lors de leurs visites ou séjours et que des personnes peuvent être en séjour dans des campings urbains sans être pour autant des touristes ; qu'il reste cependant que l'activité de camping recouvre, au-delà de la seule location d'un espace, la notion de séjour comprise dans les définitions précitées du dictionnaire LE ROBERT et du site WIKIPEDIA et aussi celle d'hébergement visée dans la définition de l'INSEE précitée ; qu'elle recouvre même celle d'hôtellerie de plein air ainsi qu'il ressort de la brochure « Des campings pour camper - Campings INDIGO » édition 2016 de la société HUTTOPIA qui annonce pour les campings de Paris et de Strasbourg : « Séjournez comme à l'hôtel » et du site www.camping-indigo.com qui propose de nombreux services nécessaires à l'hébergement des campeurs (piscine ou plage, équipements pour loisirs sportifs (terrain de pétanque, de volley, tables de ping-pong), ateliers destinés aux enfants, organisation d'animations (tournois de pétanque, de jeux de société, des grandes journées « Jeux Indigo », soirées « où riment simplicité, partage et convivialité »), « dîners partage », boutique proposant des articles de camping, espace de vie pour boire un café, lire un livre dans le coin bibliothèque ou emprunter un jeu de société, restauration rapide avec la présence d'un « Pizza-grill ou d'une roulotte-snack », espace épicerie de dépannage, espace laverie avec lave-linge et sèche-linge) ; que les notions de séjour et d'hébergement sont absentes des services de parkings et plus généralement des services de stationnement payants ;

qu'elles sont également absentes des services d'accueil pour camping-cars que propose la société Infra Park aux Sables d'Olonnes, à Amboise, à Dieppe ou à Biarritz ; que selon la plaquette « Les aires d'accueil de camping-cars - Guide à destination des porteurs de projets » (pièce 30 de la société intimée), les services ainsi proposés permettent seulement l'installation des véhicules et la possibilité pour les camping-caristes de passer un bref moment (« la nuit ou une partie de la journée ») en proposant, le cas échéant, des facilités de maintenance (vidange des eaux usées, ravitaillement en eau et électricité) et n'ont donc pas la même nature, la même fonction ou la même destination que les campings, même si cet accueil peut être proposé, comme le promet la même plaquette « dans un espace sécurisé, confortable et agréable » ; que la société Infra Park fournit un extrait du code de comportement de la Fédération française des associations et clubs de camping-cars (sa pièce 55) qui, à la rubrique « Stationnement et accueil », indique que « l'utilisation des camping-cars, comme habitation en centre urbain comme sur tout domaine public, doit se faire en respectant les règles du stationnement, sans déballage à l'extérieur (stores, tables, chaises, linge etc.) afin d'éviter toutes nuisances pour les riverains », ce qui montre que l'utilisation d'un camping-car sur un camping est très différente de l'utilisation d'un tel véhicule sur une aire d'accueil ; qu'en outre, les procès-verbaux de constat d'huissier versés aux débats par la société Infra Park concernant les aires de stationnement pour camping-cars des Sables d'Olonnes, de Dieppe et d'Amboise et de Biarritz font apparaître des lieux qui ressemblent à des parkings (bandes blanches délimitant des espaces de stationnement contigus sur des surfaces bitumées, caisses de paiement automatique à l'entrée des aires de stationnement), nonobstant la présence de végétations et d'une aire de jeux sur l'aire d'Amboise révélée par le procès-verbal produit par la société HUTTOPIA dressé le 14 décembre 2015 (sa pièce 8 bis) ; que si ce procès-verbal montre le mot INDIGO sur un unique panneau apposé sur un portail et portant l'inscription « ATTENTION : Ouverture et fermeture automatique du portail », les procès-verbaux versés aux débats par l'intimée font état de l'absence de toute autre mention INDIGO sur les caisses automatiques, panneaux signalétiques ou équipements de ces quatre aires de stationnement pour camping-cars ; que la circonstance que ces aires de stationnement pour camping-cars soient soumises à la réglementation des terrains de campings prévue aux articles L. 443-1 et suivants et R. 443-1 et suivants du code de l'urbanisme, ce qui implique en particulier qu'elles doivent faire l'objet d'une déclaration préalable et qu'au-delà d'une certaine capacité d'accueil, elles sont soumises à un permis d'aménager, est sans emport quant à l'absence d'identité des services en cause ;

que les procès-verbaux de constat établis à la demande de la société Infra Park sur les aires de stationnement pour parking-cars de Biarritz et à Amboise (pièces 63 et 66 de l'intimée) ne sont pas dénués de force probante au seul motif que des salariés de la société intimée étaient présents sur les lieux au moment des constatations des huissiers de justice, lesquelles, en application l'article 1er de l'ordonnance n° 45-2592 du 2 novembre 1945 relative au statut des huissiers, font foi jusqu'à preuve contraire ; que la société HUTTOPIA ne démontre pas la fausseté des constatations contenues dans ces deux procès-verbaux et, au demeurant, produit elle-même un constat d'huissier du 14 décembre 2015, concernant le parking exploité par la société Infra Park à Amboise, qui est pris en compte par la cour (sa pièce 8 bis) ;

qu'il est indifférent pour l'appréciation de l'identité des services en cause que la société Infra Park noue des partenariats avec l'industrie hôtelière en proposant des tarifs préférentiels dans ses parkings pour les hôteliers ne disposant pas

d'une zone de stationnement pour leurs clients, la prestation offerte à cette occasion n'étant qu'une prestation de parking distincte de celle d'hôtellerie, même si cette prestation peut être améliorée pour des hôtels prestigieux de type de ceux des chaînes SHERATON, HYATT, FOUR SEASONS ou HILTON, pouvant alors inclure des services de « groom, portier, voiturier, concierge ou service de transport » (pièce 42 de la société HUTTOPIA) qui, en définitive, se rapportent tous à l'activité de garage de voitures ; qu'il est également indifférent que la société Infra Park propose des parkings végétalisés en ville, ce qui ne suffit pas à conférer à ces parkings la nature d'un service de camping ; qu'il sera encore relevé que l'utilisateur d'un camping paye une taxe de séjour due par personne et par nuitée alors que l'utilisateur d'un parking ou d'une aire de stationnement pour camping-cars doit s'acquitter d'un prix, par véhicule garé, proportionnel au temps passé, et ce, dès la première heure ou demi-heure ; que pour l'ensemble de ces raisons, le jugement déféré sera confirmé en ce qu'il a retenu que les services en comparaison ne sont pas identiques et jugé qu'en conséquence, la contrefaçon par reproduction de la marque « INDIGO » n° 3062651 de la société HUTTOPIA n'était pas constituée ; que c'est également à juste raison que le tribunal a estimé que les services en comparaison ne sont pas similaires et que, par conséquent, la contrefaçon par imitation de marque, au sens de l'article L. 713-3 du code de la propriété intellectuelle n'est pas davantage caractérisée ; qu'en effet, pour apprécier la similitude entre des produits ou services, il y a lieu de tenir compte de tous les facteurs pertinents, notamment de leur nature, leur destination, leur utilisation ainsi que leur caractère concurrent ou complémentaire ; qu'en l'espèce, comme il a été dit, les services de stationnement qui consistent à assurer le garage d'un véhicule pour une courte durée ne sont pas de même nature et n'ont pas la même fonction ou destination que les services de camping qui consistent en un hébergement temporaire à vocation touristique ; que le tribunal a pertinemment relevé que leur utilisation est différente en ce que le camping assure un véritable accueil dans un environnement soigné, le plus souvent arboré, et propose des services associés (boutiques, lieux de restauration, location de matériel de camping et de vélos) - ainsi que le confirme la plaquette « Les services » des campings INDIGO -, destinés à contribuer au bon séjour d'une clientèle principalement composée de vacanciers, alors que les parkings ou parcs de stationnement, tels ceux exploités par la société Infra Park, proposent des espaces bitumés strictement aménagés pour le stationnement, généralement de courte durée, des véhicules ;

que comme le tribunal l'a retenu, les services en comparaison ne sont pas complémentaires ; qu'il n'existe pas, en effet, de lien étroit et obligatoire entre les services de parking et ceux de camping, même si les campings proposent généralement et à titre accessoire des places de parking à leurs clients afin de leur permettre de garer leurs véhicules pendant la durée de leur séjour, alors que les services de stationnement offerts par la société Infra Park, y compris ceux destinés aux camping-cars comme il a été exposé supra, ne comprennent aucune prestation de camping ; que le jugement déféré sera donc confirmé en ce qu'il a retenu qu'en l'absence de similarité des services, la contrefaçon par imitation de la marque « INDIGO » n° 3062651 de la société HUTTOPIA n'était pas constituée ;

Sur la nullité des marques « INDIGO » n° 15 4 187 612, « INDIGO » n° 15 4 187 613, « INDIGO » n° 08 3 589 262, « INDIGO » n° 15 4 155 415 et « INDIGO » n° 15 4 155 412 de la société Infra Park

que la société HUTTOPIA, au visa de l'article L. 711-4 du code de la propriété intellectuelle, poursuit l'annulation partielle des cinq marques dont la société Infra Park est titulaire, qui ont été déposées postérieurement à sa propre marque « INDIGO » n° 3062651, et qui, selon elle, lui portent atteinte ; qu'elle fait valoir que les produits et services visés par ces cinq marques sont complémentaires et parfaitement similaires aux services visés dans le libellé de sa marque antérieure ; que la société Infra Park oppose que la société HUTTOPIA n'établit pas la similarité entre les produits et services visés par ses cinq marques et les services de la marque antérieure ; que c'est par des motifs exacts et pertinents, que la cour adopte, que le tribunal a estimé que les cinq marques de la société Infra Park ne portaient pas atteinte à la marque verbale antérieure « INDIGO » n° 3062651 de la société HUTTOPIA, les produits et services en comparaison n'étant pas similaires, et qu'il a, en conséquence, débouté la société HUTTOPIA de ses demandes en nullité partielle de ces marques ; que le jugement déféré sera confirmé sur ce point » (cf. arrêt p. 8 à 12) ;

ET AUX MOTIFS QUE « Sur la contrefaçon par reproduction

[
];

Aux termes de l'article L. 713-2 a) du code de la propriété intellectuelle : « Sont interdits, sauf autorisation du propriétaire, la reproduction, l'usage ou l'apposition d'une marque, même avec l'adjonction de mots tels que : "formule, façon, système, imitation, genre, méthode", ainsi que l'usage d'une marque reproduite, pour des produits ou services identiques à ceux désignés dans l'enregistrement » ;

S'agissant de la comparaison des services en présence, la marque revendiquée est déposée pour le service de « camping (exploitation de terrains de camping) » qui aux termes de la définition du dictionnaire historique de la langue française Le Robert produite par la société demanderesse est une « activité qui consiste à vivre en plein air sous la tente ou dans une caravane », et selon Wikipedia « une activité touristique qui consiste à rester au même endroit sous une tente, une caravane ou un camping-car », et la société Infra Park exploite sous l'enseigne INDIGO un réseau de parkings de stationnement de véhicules dans plus de 500 villes et 14 pays, dont certains sont également destinés aux camping-cars. Les services de stationnement, consistant principalement à assurer le garage d'un véhicule pour une courte durée, ne sont pas identiques à ceux de camping consistant en un service d'hébergement temporaire à vocation touristique. De même si les campings comprennent souvent un parking destiné au garage des véhicules de la clientèle qui séjourne chez eux, la demanderesse ne peut être suivie lorsqu'elle en déduit que les campings seraient la catégorie générale englobant les parkings, alors que le parking d'un camping, comme celui d'un hôpital ou d'une salle de cinéma, n'est qu'un service accessoire.

Il s'ensuit que les services en comparaison ne sont pas identiques et qu'en conséquence la contrefaçon par reproduction de la marque n'est pas caractérisée.

Sur la contrefaçon par imitation

[
]

Aux termes de l'article 713-3 b) du code de la propriété intellectuelle : « Sont interdits, sauf autorisation du propriétaire, s'il peut en résulter un risque de confusion dans l'esprit du public, l'imitation d'une marque et l'usage d'une marque imitée, pour des produits ou services identiques ou similaires à ceux désignés dans l'enregistrement », qu'il convient d'examiner si la contrefaçon est caractérisée.

Il y a lieu de rechercher si, au regard d'une appréciation des degrés de similitude entre les signes et entre les produits désignés, il existe un risque de confusion dans l'esprit du public concerné, ce risque de confusion devant être apprécié en tenant compte de tous les facteurs pertinents du cas d'espèce et du consommateur normalement attentif et raisonnablement averti.

Pour apprécier la similitude entre les produits et services en cause, il y a lieu de tenir compte de tous les facteurs pertinents qui incluent leur nature, leur destination, leur utilisation ainsi que leur caractère concurrent ou complémentaire.

Les services de stationnement qui, ainsi qu'il a été dit, consistent principalement à assurer le garage d'un véhicule pour une courte durée généralement inférieure à 24 heures, ne sont pas de la même nature et n'ont pas la même finalité que ceux de « camping » consistant en un service d'hébergement temporaire, pouvant durer plusieurs semaines, à vocation touristique.

Leur utilisation est en conséquence différente, le camping assurant un véritable accueil, soignant un environnement souvent arboré et proposant des services associés tel qu'un espace d'animation, d'aires de jeux, d'épicerie ou laverie contribuant au bon séjour d'une clientèle principalement composée de vacanciers ainsi qu'en atteste la présentation des campings INDIGO sur le site de la société HUTTOPIA qui présente « le coin campeur avec une sélection d'articles en vente, le café resto ou la roulotte snack, les vélos à louer toute l'année

» là où le parc de stationnement exploité par la société Infra Park propose un espace le plus souvent bitumé strictement aménagé pour le stationnement de véhicules.

Les services en présence ne sont pas davantage complémentaires, l'éventualité de la présence d'un parking devant un camping pour garer les véhicules des campeurs, ne suffisant à caractériser un lien étroit entre lesdits services, alors que la prestation de camping inclut l'emplacement d'une installation de type tente, caravane ou camping-car outre un

véhicule ainsi qu'en atteste la grille tarifaire des campings INDIGO, et que la société Infra Park ne propose aucune prestation de terrain de camping associée à son service de stationnement, de sorte que le service de parc de stationnement n'est pas indispensable à celui de camping et réciproquement.

Il s'ensuit qu'en l'absence de similarité des services, aucun risque de confusion n'est possible, et que dès lors la contrefaçon par imitation n'est pas davantage constituée.

Sur la demande de nullité

La société HUTTOPIA, au visa de l'article L. 711-4 du code de la propriété intellectuelle, sollicite la nullité partielle de cinq marques dont la société Infra Park est titulaire, qui ont été déposées postérieurement à sa propre marque «INDIGO» n° 3062651 et selon elle lui portent atteinte. Elle considère que les produits et services visés par lesdites marques qui sont les produits et services techniques, administratifs ou commerciaux associés aux parkings, portent atteinte à sa marque, en ce qu'il s'agit de produits et services annexes complémentaires parfaitement similaires aux services visés dans le libellé de sa marque antérieure.

En réponse, la société Infra Park estime que la société HUTTOPIA n'établit pas de lien et ne justifie pas d'une similarité entre les services en cause et les services de sa marque antérieure, le fait de les déclarer « associés », étant un critère trop général pour conclure à la similarité. Elle prétend au contraire qu'ils sont différents, et présentent des caractéristiques propres à les distinguer nettement.

Sur ce,

L'article L. 711-4 du code de la propriété intellectuelle dispose que « ne peut être adopté comme marque, un signe portant atteinte à des droits antérieurs et notamment à une marque antérieure enregistrée () ».

En outre, porte atteinte à une marque antérieure, l'imitation de cette marque pour des produits similaires ou identiques, s'il peut en résulter un risque de confusion pour le consommateur.

Le risque de confusion doit être apprécié globalement en tenant compte de tous les facteurs pertinents du cas d'espèce. Cette appréciation globale doit, en ce qui concerne la similitude visuelle, phonétique et conceptuelle des marques en cause, être fondée sur l'impression d'ensemble produite par celles-ci, en tenant compte de leurs éléments distinctifs dominants.

Ainsi qu'il a été déjà dit la marque INDIGO n° 3062651 de la société HUTTOPIA, déposée le 30 octobre 2000, vise en classe 43 le service de « camping (exploitation de terrains de camping) ».

La société HUTTOPIA demande la nullité de la marque verbale dénominative « INDIGO » n° 3589262 déposée le 18 juillet 2008 par la société AIR AUSTRAL puis cédée et acquise le 18 juin 2015 par la société INFRA FOCH devenue Infra Park en ce qu'elle vise les « services de parc de stationnement, location de places de stationnement » en classe 39.

Il a déjà été démontré que ces services ne sont pas similaires à ceux de camping visés par la marque revendiquée, et qu'en conséquence il n'existe aucun risque de confusion de sorte que la marque INDIGO critiquée n° 3589262 ne porte pas atteinte à celle de la société HUTTOPIA.

Cette dernière demande aussi la nullité partielle des marques :

- « IND'GO » n° 4155415 déposée le 9 février 2015 par la société MALT MARQUES A LONG TERME cédée à la société INFRA FOCH devenue Infra Park le 18 juin 2015,

- « INDIGO » n° 4155412 déposée par la société MALT MARQUES A LONG TERME le 9 février 2015, cédée le 18 juin 2015 à la société Infra Park,

- INDIGO n° 4187612 et n° 4187613 déposée par la société Infra Park le 10 juin 2015,

en ce qu'elles désignent les services suivants :

* en classe 9, les « Bornes électroniques d'informations sur le stationnement de véhicules ; appareils de traitement de l'information et ordinateurs pour l'envoi et la diffusion d'informations à des utilisateurs mobiles concernant notamment la localisation de parkings ; cartes et badges magnétiques, électroniques et numériques permettant l'utilisation d'aires de stationnement ; cartes à prépaiement ; mécanismes pour appareils à prépaiement ; bornes de reconnaissance à distance permettant le débit de prestations vendues ; systèmes électroniques de paiement via des systèmes de téléphonie

cellulaire ; lecteurs de cartes magnétiques, électroniques et numériques ; lecteurs de cartes à puces ; bornes interactives d'informations ; bornes de reconnaissance à distance des signaux émis par les composants électroniques d'un badge ou d'une carte magnétique, électronique et/ou numérique, tous les produits précités étant en relation avec la gestion du stationnement de véhicules » ;

* en classe 35 pour les « Services d'informations commerciales dans le domaine du stationnement de véhicules, gestion administrative et commerciale d'emplacements et de stationnements de véhicules ; services d'abonnement de stationnement de véhicules ; distribution de tracts, prospectus, imprimés en relation avec le stationnement de véhicules, la location de places de stationnement automobile ; aide à la direction des affaires dans le domaine du stationnement de véhicules » ;

* en classe 37, « nettoyage, entretien, rénovation de parcs de stationnement de véhicules ; direction de travaux de construction de parcs de stationnement de véhicules ; conseils en matière de construction, nettoyage, entretien et rénovation de parcs de stationnement de véhicules » ;

* en classe 38, les « Services de télécommunications en relation avec le stationnement de véhicules, la location de places de stationnement automobile ; informations en matière de télécommunications en relation avec le stationnement de véhicules, la location de places de stationnement automobile ; services d'affichage électronique (télécommunications) en relation avec le stationnement de véhicules, la location de places de stationnement automobile ; services de transmission d'informations relatives au stationnement de véhicules, la location de places de stationnement automobile » ;

* en classe 39, les « Services d'aires de stationnement de véhicules, location de places de stationnement de véhicules, location de garages ; services d'information en matière de stationnement de véhicules ».

Ces différents produits et services sont tous des services de paiement numérique, de gestion, d'information ou d'entretien, associés et spécifiques aux parcs de stationnement de véhicules, de sorte qu'ils ne sont pas similaires au service de « camping (exploitation de terrains de camping) » seul visé par la marque revendiquée.

Il s'ensuit que les marques critiquées ne portent aucune atteinte à la marque INDIGO de la société HUTTOPIA qui sera en conséquence déboutée de ses demandes en nullité partielle » (cf. jugement p. 6 à 11) ;

1°/ ALORS QUE pour apprécier la similitude entre des produits ou des services, il convient de prendre en compte tous les facteurs pertinents qui caractérisent le rapport entre ces produits ou ces services et en particulier leur nature, leur destination ainsi que leur caractère concurrent ou complémentaire ; que des produits ou services sont similaires si le public pertinent peut être conduit à leur attribuer une origine commune ; qu'en retenant que le service de « camping (exploitation de terrains de camping) » est similaire ni aux services de parc de stationnement, location de places de stationnement, y compris lorsque celles-ci sont destinées aux camping-cars, ni aux services qui y sont associés de paiement numérique, de gestion, d'information ou d'entretien, dès lors qu'ils n'ont ni la même nature ni la même fonction ou destination et ne sont pas complémentaires faute de lien étroit obligatoire entre eux, sans rechercher, comme elle y était invitée par les conclusions de la société Huttopia, si le consommateur peut leur attribuer une origine commune, la cour d'appel a privé sa décision de base légale au regard de l'article L. 713-3 du code de la propriété intellectuelle ;

2°/ ALORS QU'en affirmant que les services de stationnement pour camping-cars et les services de camping ne sont pas similaires dès lors que les notions de séjour et d'hébergement sont absentes des services de stationnement pour camping-cars et ne comprennent aucune prestation de camping, tout en constatant que les services d'accueil et de stationnement de camping-cars proposés par Infra Park offrent « la possibilité pour les camping-caristes de passer un bref moment (« la nuit ou une partie de la journée ») en proposant le cas échéant des facilités de maintenance (vidange des eaux usées, ravitaillement en eau et électricité) » et ce « dans un espace sécurisé, confortable et agréable » ; que la rubrique « stationnement et accueil » du code de comportement de la Fédération française des associations et clubs de camping-cars indique que « l'utilisation des camping-cars, comme habitation en centre urbain comme sur tout domaine public, doit se faire en respectant les règles de stationnement, sans déballages à l'extérieur (stores, tables, chaises, linge, etc.) afin d'éviter toutes nuisances pour les riverains », ce qui montre que, sous réserve de respecter certaines conditions, les séjours n'y sont ni exclus ni interdits, et en constatant encore que les aires de stationnement pour camping-cars sont soumises à la réglementation des terrains de camping prévue aux articles L. 443-1 et s. et R. 443-1 et s. du code de l'urbanisme, ce qui implique en particulier qu'elles doivent faire l'objet d'une déclaration préalable et qu'au-delà d'une certaine capacité d'accueil, elles sont soumises à un permis d'aménager, ensemble de constatations dont il résulte que les services de stationnement pour camping-cars et les services de camping peuvent être complémentaires ou concurrents dans l'esprit du consommateur de ce type de services, la cour d'appel n'a pas tiré les conséquences légales

qui s'évinçaient de ses propres constatations, en violation de l'article L. 713-3 du code de la propriété intellectuelle.

SECOND MOYEN DE CASSATION

Il est fait grief à l'arrêt attaqué d'avoir débouté la société Huttoxia de l'ensemble de ses demandes autres que celles en nullité du jugement déféré et en nullité des procès-verbaux de constat d'huissier dressés les 30 janvier et 9 février 2017 à la demande de la société Intra Park ;

AUX MOTIFS PROPRES QUE « Sur les actes de concurrence déloyale et parasitaire résultant de l'atteinte portée à l'enseigne de la société HUTTOPIA que la société HUTTOPIA soutient que la société Intra Park commet à son préjudice des actes de concurrence déloyale et parasitaire en portant atteinte à l'enseigne INDIGO qu'elle utilise sur l'ensemble du territoire national et de façon intensive pour son offre de services dans le domaine du camping, aussi bien à l'entrée de ses campings que sur sa documentation commerciale et sur son site Internet, permettant ainsi à ses clients d'identifier ses services, par l'usage du terme INDIGO à l'entrée de ses parkings, sur toute la signalétique ainsi que sur ses sites Internet ; qu'elle fait valoir que de simples différences de graphisme entre les enseignes ne permettent pas d'écarter le risque de confusion et d'association entre les signes pour un consommateur moyennement attentif qui n'a pas les signes en même temps sous les yeux et que le risque de confusion est accru par la parfaite identité phonétique, visuelle et conceptuelle des signes en présence et par la proximité de campings INDIGO et de parkings INDIGO en plusieurs endroits du territoire ; qu'elle ajoute que le choix de nombreux noms de domaine reprenant le mot INDIGO constitue également une source de confusion ;

que la société Intra Park répond que la demande de la société HUTTOPIA doit être rejetée pour défaut de caractérisation d'acte distinct, que l'appelante ne démontre pas ses droits sur l'enseigne INDIGO, que l'exploitation de la dénomination INDIGO qu'elle-même réalise sur Internet l'est à titre de marque et non d'enseigne ; qu'elle précise que la protection géographique de l'enseigne ne s'étend au territoire national que si l'enseigne a acquis un rayonnement sur l'ensemble de ce territoire qui n'est en l'espèce pas démontré, de sorte que la protection au titre de l'enseigne est limitée géographiquement, et qu'en l'espèce aucun parking INDIGO ne voisine un camping ; qu'elle ajoute qu'il n'y a pas de confusion possible entre les deux enseignes, d'autant qu'elles s'appliquent à des services différents ; que la concurrence déloyale, comme le parasitisme, trouve son fondement dans l'article 1240 (anciennement 1382) du code civil, qui dispose que tout fait quelconque de l'homme qui cause à autrui un dommage oblige celui par la faute duquel il est arrivé à le réparer ;

que ces deux notions devant être appréciées à l'aune du principe de la liberté du commerce, ne sont sanctionnés au titre de la concurrence déloyale que des comportements fautifs, tels que ceux visant à créer un risque de confusion dans l'esprit de la clientèle sur l'origine du produit, ou ceux, parasites, qui consistent à s'immiscer dans le sillage d'autrui afin de profiter, sans bourse délier, de ses efforts, de ses investissements et de son savoir-faire ;

qu'en l'espèce, contrairement à ce que soutient la société intimée, la société HUTTOPIA, en invoquant l'atteinte portée à l'enseigne INDIGO qu'elle utilise pour son offre de services dans le domaine du camping, résultant, d'une part, de l'usage par la société Intra Park du même terme INDIGO pour son offre de parkings, et notamment d'aires de stationnement pour camping-cars et, d'autre part, du choix par cette dernière de noms de domaine reprenant ce terme INDIGO, invoque des faits distincts de ceux relatifs à la contrefaçon prétendue de sa marque antérieure « INDIGO » n° 3062651 ;

que les pièces versées aux débats par les parties (notamment, extraits sites Internet www.camping-indigo.com. brochures commerciales de la société HUTTOPIA, photographies des campings INDIGO fournies par la société HUTTOPIA (sa pièce 39) et la société Intra Park (pièce 32) montrant l'enseigne sur des panneaux signalétiques à l'entrée des campings) établissent les droits de la société HUTTOPIA sur l'enseigne INDIGO, constituée d'un carré vert au sein duquel la mention « CAMPINGS INDIGO ! » est écrite sur trois lignes CAMPINGS/ INDI/GO ! ;

qu'il n'est pas contesté que la société HUTTOPIA dispose d'un réseau de campings présent sur tout le territoire national et qu'elle communique à l'aide de ses documents commerciaux et sites Internet au moins sur la France entière, de sorte qu'il peut être admis que l'enseigne invoquée bénéficie d'une protection au plan national ;

qu'il ressort de nombreuses pièces versées au dossier que la société Intra Park exploite ses parkings au moyen de l'enseigne INDIGO, largement présente sur les panneaux signalétiques à l'entrée des parkings, sur les panneaux indicateurs des tarifs ou les panneaux d'orientation au sein des parkings, ainsi que sur ses sites Internet, étant rappelé que l'usage du signe INDIGO n'est toutefois pas établi pour les aires de stationnement pour camping-cars excepté celui

d'Amboise ; qu'il est constant que la société Infra Park a, par ailleurs, réservé une vingtaine de noms de domaine contenant le mot « park » ;
que, comme le tribunal l'a retenu, ces faits n'ont pas de caractère fautif, dès lors que le risque de confusion allégué n'est pas établi en raison, d'une part, de l'absence de similarité entre les services de parkings, y compris ceux concernant les aires d'accueil ou de stationnement pour camping-cars, et les services de campings et, d'autre part, des différences visuelles prédominantes existant entre i) l'enseigne de la société HUTTOPIA, constituée d'un carré vert au sein duquel la mention « CAMPINGS INDIGO ! » est écrite sur trois lignes, les termes « CAMPINGS », « INDI » et « GO ! » étant ainsi superposés, le point d'exclamation final évoquant un jeu de mot, absent de l'enseigne de la société Infra Park, invitant les campeurs à se rendre dans les campings exploités par la société HUTTOPIA (« GO ! ») et ii) celle de la société Infra Park qui est écrite sur une seule ligne en violet (pour les 5 premières lettres) et en rose (pour la lettre O), cette lettre « O » finale ayant une pointe vers le bas ; que les différences entre les services et entre les signes ainsi relevées sont de nature à exclure tout risque de confusion pour un consommateur moyennement attentif, nonobstant la présence, dans plusieurs régions ou villes de France (Loir et Cher, Charente-Maritime, Paris, Strasbourg), à la fois d'un camping exploité par la société HUTTOPIA et de parkings de la société Infra Park ;
que, par ailleurs, les noms de domaine de la société Infra Park contiennent tous, sans exception, le terme « park » - absent de l'enseigne « CAMPINGS INDIGO ! » de la société HUTTOPIA -, placé avant ou après le terme « indigo » et qui renvoie aux services de parking, ce qui permet d'écarter le risque de confusion allégué ;
qu'il sera ajouté que la société HUTTOPIA ne justifie pas, ni même n'explique, en quoi la société Infra Park, qui bénéficie d'une notoriété certaine, aurait, en utilisant l'enseigne INDIGO ou ses noms de domaine pour ses parkings, indûment tiré profit des investissements réalisés pour son enseigne « CAMPINGS INDIGO ! », lesquels sont insuffisamment établis par son seul document « Dépenses liées à INDIGO » (pièce 28) ;
qu'en conséquence le jugement sera également confirmé en ce qu'il a débouté la société HUTTOPIA de ses demandes au titre de la concurrence déloyale et parasitaire » (cf. arrêt p. 12 à 14) ;

ET AUX MOTIFS ADOPTES QUE « Sur la concurrence déloyale et parasitaire

La société HUTTOPIA fait valoir qu'elle utilise la dénomination « INDIGO » à titre d'enseigne pour son offre de services dans le domaine du camping. Cette enseigne est implantée à l'entrée de chaque établissement et permet aux clients d'identifier ses services. Elle considère que l'usage de l'enseigne « INDIGO » par la société Infra Park à l'entrée des parkings et sur toute la signalétique ainsi que sur le site Internet et les documents commerciaux porte atteinte à ses droits sur l'enseigne, que cette exploitation engendre un risque de confusion dans l'esprit des consommateurs, aggravé par le fait que cette reproduction est identique phonétiquement, visuellement et conceptuellement, que les plaques sont visibles depuis la voie publique et sur Internet, et que les deux sociétés en litige sont présentes sur l'ensemble du territoire national, et dans certains lieux, présentent des services géographiquement proches. Par ailleurs, elle ajoute que le choix par la société Infra Park de nombreux noms de domaine incluant la dénomination « IINDIGO » est également source de confusion, l'adjonction du suffixe « PARK » ne supprimant pas la proximité des signes du fait de la présence de l'élément commun « INDIGO ». Elle en conclut que ces usages sont une usurpation sans droit ni titre de son enseigne et constituent un fait de concurrence déloyale et parasitaire.

La société Infra Park rétorque que la société HUTTOPIA ne démontre pas son utilisation de la dénomination « INDIGO » à titre d'enseigne en se contentant d'affirmer que l'enseigne est implantée à l'entrée de ses établissements. S'agissant de son exploitation de la dénomination « INDIGO » sur Internet, elle expose qu'il ne s'agit pas d'un usage à titre d'enseigne, mais à titre de marque. Surtout, elle ajoute que la protection géographique de l'enseigne ne s'étend au territoire national que dans la mesure où le rayonnement est national du fait d'une publicité diffusée sur tout le territoire, ce qui n'est pas démontré en l'espèce de sorte que la société HUTTOPIA ne peut prétendre à une protection à titre d'enseigne au niveau national mais seulement à une protection limitée au territoire de chacun de ses campings. Or aucun parking existant sous la dénomination « INDIGO » ne voisine un camping exploité par HUTTOPIA. Elle conclut enfin à l'absence de confusion possible entre les deux enseignes dans la mesure où les services proposés sont différents et que les signes ne présentent pas une identité visuelle et conceptuelle commune.

Sur ce,

Ceci étant, il sera rappelé que la concurrence déloyale, tout comme le parasitisme, trouve son fondement dans l'article 1382 du code civil, qui dispose que « tout fait quelconque de l'homme qui cause à autrui un dommage, oblige celui par la faute duquel il est arrivé, à le réparer ».

Il est également établi que le principe est celui de la liberté du commerce, et que ne sont sanctionnés au titre de la concurrence déloyale que des comportements fautifs tels que ceux visant à créer un risque de confusion dans l'esprit de la clientèle sur l'origine du produit, ou ceux, parasitaires, qui tirent profit sans bourse délier d'une valeur économique d'autrui lui procurant un avantage concurrentiel injustifié, fruit d'un savoir-faire, d'un travail intellectuel et d'investissements.

En l'espèce, s'il est constant que les parkings de la société Infra Park sont commercialisés sous l'enseigne INDIGO reprise sur les panneaux signalétiques annonçant lesdits parkings, et que la société Infra Park a réservé 19 noms de domaine comprenant la dénomination « indigo » précédée ou suivie du mot « park », ces éléments n'ont aucun caractère fautif alors d'une part que cette enseigne est exploitée pour la commercialisation de parkings de stationnement qui ne sont pas des services similaires à celui de « camping » exercé par la société HUTTOPIA, d'autre part qu'il n'existe aucun risque de confusion compte tenu en outre de la différence visuelle des signes en cause, l'enseigne des campings INDIGO étant exploitée dans un carré vert au sein duquel « campings indigo » est écrit sur trois lignes se terminant par GO suivi d'un point d'exclamation « ! » en prolongement du « l » d' « indi » opérant ainsi une césure entre « indi » et « go », alors que l'enseigne des parkings « indigo » est écrite sur une seule ligne en violet et rose le « o » de « Indigo » ayant la forme d'un logo pointeur.

Il suit de ces éléments qu'aucune faute n'est caractérisée et que la société HUTTOPIA sera également déboutée de sa demande sur le fondement de la concurrence déloyale, et de l'ensemble de ses demandes subséquentes » (cf. jugement p. 11 à 13) ;

1°/ ALORS QUE la cour d'appel ayant retenu, au titre de la concurrence déloyale, que le risque de confusion invoqué n'était pas établi en raison de l'absence de similarité, préalablement constatée par elle au titre du droit des marques, entre les services de parkings, y compris ceux concernant les aires d'accueil ou de stationnement pour camping-cars et les services de camping, la cassation qui interviendra sur le premier moyen entraînera, en application de l'article 624 du code de procédure civile, la cassation de l'arrêt en ce qu'il a rejeté les demandes de la société Hutttopia pour concurrence déloyale fondée sur l'article 1382 du code civil pour atteinte à son enseigne ;

2°/ ALORS QU'en retenant que le risque de confusion invoqué n'était pas établi en l'état de l'absence de similarité entre les services en cause et en outre des différences visuelles prédominantes existant entre l'enseigne de la société Hutttopia et celle de la société Infra Park, sans tenir compte dans son appréciation du risque de confusion de la parfaite identité phonique et conceptuelle des enseignes en cause et de l'importance de l'usage oral du signe, expressément invoquées par la société exposante dans ses conclusions d'appel, la cour d'appel a entaché sa décision de défaut de motifs, en violation de l'article 455 du code de procédure civile.