

24 octobre 2018

Cour de cassation

Pourvoi n° 17-26.028

Chambre commerciale financière et économique – Formation restreinte RNSM/NA

ECLI:FR:CCASS:2018:CO10515

Texte de la décision

Entête

COMM.

JL

COUR DE CASSATION

Audience publique du 24 octobre 2018

Rejet non spécialement motivé

Mme G..., conseiller doyen
faisant fonction de président

Décision n° 10515 F

Pourvoi n° T 17-26.028

R É P U B L I Q U E F R A N Ç A I S E

A U N O M D U P E U P L E F R A N Ç A I S

LA COUR DE CASSATION, CHAMBRE COMMERCIALE, FINANCIÈRE ET ÉCONOMIQUE, a rendu la décision suivante :

Vu le pourvoi formé par la société My Little Paris, société par actions simplifiée, 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 Mum & Friends, société par actions simplifiée, dont le siège est [...],

défenderesse à la cassation ;

Vu la communication faite au procureur général ;

LA COUR, en l'audience publique du 11 septembre 2018, où étaient présents : Mme G..., conseiller doyen faisant fonction de président, Mme Y..., conseiller rapporteur, Mme Orsini, conseiller, M. Richard de la Tour, premier avocat général, M. Graveline, greffier de chambre ;

Vu les observations écrites de la SCP Alain Bénabent, avocat de la société My Little Paris, de la SCP Gouz-Fitoussi, avocat de la société Mum & Friends ;

Sur le rapport de Mme Y..., conseiller, l'avis de M. Richard de la Tour, premier avocat général, et après en avoir délibéré conformément à la loi ;

Motivation

Vu l'article 1014 du code de procédure civile ;

Attendu que les moyens de cassation annexés, qui sont invoqués à l'encontre de la décision attaquée, ne sont manifestement pas de nature à entraîner la cassation ;

Qu'il n'y a donc pas lieu de statuer par une décision spécialement motivée ;

Dispositif

REJETTE le pourvoi ;

Condamne la société My Little Paris aux dépens ;

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

Ainsi décidé par la Cour de cassation, chambre commerciale, financière et économique, et prononcé par le président en son audience publique du vingt-quatre octobre deux mille dix-huit.

Moyens annexés

MOYENS ANNEXES à la présente décision

Moyens produits par la SCP Alain Bénabent , avocat aux Conseils, pour la société My Little Paris

PREMIER MOYEN DE CASSATION

Il est fait grief à l'arrêt attaqué d'avoir débouté la SAS My Little Paris de sa demande en annulation des marques françaises « Mum Box » n° 3 893 125, 3 927 615 et 4 065 716 dont la SAS Mum & Friends est titulaire ;

AUX MOTIFS QUE « l'article L. 711-2 du code de la propriété intellectuelle dispose :

"le caractère distinctif d'un signe de nature à constituer une marque s'apprécie à l'égard des produits ou services désignés.

Sont dépourvus de caractère distinctif :

- a) les signes ou dénominations qui, dans le langage courant ou professionnel, sont exclusivement la désignation nécessaire, générique ou usuelle du produit ou du service ;
- b) les signes ou dénominations pouvant servir à désigner une caractéristique du produit ou du service, et notamment l'espèce, la qualité, la quantité, la destination, la valeur, la provenance géographique, l'époque de la production du bien ou de la prestation de service ;
- c) les signes constitués exclusivement par la forme imposée par la nature ou la fonction du produit, ou conférant à ce dernier sa valeur substantielle.

Le caractère distinctif peut, sauf dans le cas prévu au c, être acquis par l'usage" ;

que la marque n° 3 893 125 désigne les produits et services suivants :

- en classe 5 : " Produits pharmaceutiques et vétérinaires ; produits hygiéniques pour la médecine ; aliments et substances diététiques à usage médical ou vétérinaire ; aliments pour bébés ; compléments alimentaires pour êtres humains et animaux ; emplâtres, matériel pour pansements ; matières pour plomber les dents et pour empreintes dentaires ; désinfectants ; produits pour la destruction des animaux nuisibles ; fongicides, herbicides ; bains médicinaux ; bandes, culottes ou serviettes hygiéniques ; préparations chimiques à usage médical ou pharmaceutique ; herbes médicinales ; tisanes ; parasitocides ; alliages de métaux précieux à usage dentaire" ;
- en classe 16 : "Produits de l'imprimerie ; articles pour reliures ; photographies ; articles de papeterie ; adhésifs (matières collantes) pour la papeterie ou le ménage ; matériel pour les artistes ; pinceaux ; machines à écrire et articles de bureau (à l'exception des meubles) ; matériel d'instruction ou d'enseignement (à l'exception des appareils) ; caractères d'imprimerie ; clichés ; papier ; carton ; boîtes en carton ou en papier ; affiches ; albums ; cartes ; livres ; journaux ; prospectus ; brochures ; calendriers ; instruments d'écriture ; objets d'art gravés ou lithographiés ; tableaux (peintures) encadrés ou non ; aquarelles ; patrons pour la couture ; dessins ; instruments de dessin ; mouchoirs de poche en papier ; serviettes de toilette en papier ; linge de table en papier ; papier hygiénique ; sacs et sachets (enveloppes, pochettes) en papier ou en matières plastiques pour l'emballage ; sacs à ordures en papier ou en matières plastiques" ;
- en classe 35 : "Publicité ; gestion des affaires commerciales ; administration commerciale ; travaux de bureau ; diffusion de matériel publicitaire (tracts, prospectus, imprimés, échantillons) ; services d'abonnement à des journaux (pour des tiers) ; services d'abonnement à des services de télécommunication pour les tiers ; présentation de produits sur tout

moyen de communication pour la vente au détail ; conseils en organisation et direction des affaires ; comptabilité ; reproduction de documents ; bureaux de placement ; gestion de fichiers informatiques ; organisation d'expositions à buts commerciaux ou de publicité ; publicité en ligne sur un réseau informatique ; location de temps publicitaire sur tout moyen de communication ; publication de textes publicitaires ; locations d'espaces publicitaires ; diffusion d'annonces publicitaires ; relations publiques" ;

- en classe 39 : "Transport ; emballage et entreposage de marchandises ; organisation de voyages ; informations en matière de transport ; services de logistique en matière de transport ; distribution de journaux ; distribution des eaux, d'électricité ou d'énergie ; distribution (livraison de produits) ; remorquage ; location de garages ou de places de stationnement ; location de véhicules ; services de taxis ; réservation de places de voyage ; entreposage de supports de données ou de documents stockés électroniquement" ;

- en classe 41 : "Éducation ; formation ; divertissement ; activités sportives et culturelles ; informations en matière de divertissement ou d'éducation ; recyclage professionnel ; mise à disposition d'installations de loisirs ; publication de livres ; prêts de livres ; production de films sur bandes vidéo ; location de films cinématographiques ; location d'enregistrements sonores ; location de magnétoscopes ou de postes de radio et de télévision ; location de décors de spectacles ; montage de bandes vidéo ; services de photographie ; organisation de concours (éducation ou divertissement) ; organisation et conduite de colloques, conférences ou congrès ; organisation d'expositions à buts culturels ou éducatifs ; réservation de places de spectacles ; services de jeu proposés en ligne à partir d'un réseau informatique ; service de jeux d'argent ; publication électronique de livres et de périodiques en ligne ; micro-édition" ;

- en classe 42 : "Evaluations, estimations et recherches dans les domaines scientifique et technologiques rendues par des ingénieurs ; conception et développement d'ordinateurs et de logiciels ; recherche et développement de nouveaux produits pour des tiers ; étude de projets techniques ; architecture ; décoration intérieure ; élaboration (conception), installation , maintenance, mise à jour ou location de logiciels ; programmation pour ordinateur ; analyse de systèmes informatiques ; conception de systèmes informatiques ; consultation en matière d'ordinateurs ; conversion de données et de programmes informatiques autre que conversion physique ; conversion de données ou de documents d'un support physique vers un support électronique ; contrôle technique de véhicules automobiles ; services de dessinateurs d'arts graphiques ; stylisme (esthétique industrielle) ; authentification d'oeuvres d'art" ;

que la marque n° 3 927 615 désigne les produits et services suivants :

- en classe 3 : "Préparations pour blanchir et autres substances pour lessiver ; préparations pour nettoyer, polir, dégraisser et abraser ; savons ; parfums, huiles essentielles, cosmétiques, lotions pour les cheveux ; dentifrices ; dépilatoires ; produits de démaquillage ; rouge à lèvres ; masques de beauté ; produits de rasage ; produits pour la conservation du cuir (cirages) ; crèmes pour le cuir" ;

- en classe 14 : "Joannerie ; bijouterie, pierres précieuses ; horlogerie et instruments chronométriques ; métaux précieux et leurs alliages ; objets d'art en métaux précieux ; coffrets à bijoux ; boîtes en métaux précieux ; boîtiers, bracelets, chaînes, ressorts ou verres de montre ; porte-clefs de fantaisie ; statues ou figurines (statuettes) en métaux précieux ; étuis ou écrins pour l'horlogerie ; médailles" ;

- en classe 16 : "Produits de l'imprimerie ; articles pour reliures ; photographies ; articles de papeterie ; adhésifs (matières collantes) pour la papeterie ou le ménage ; matériel pour les artistes ; pinceaux ; machines à écrire et articles de bureau (à l'exception des meubles) ; matériel d'instruction ou d'enseignement (à l'exception des appareils) ; caractères d'imprimerie ; clichés ; papier ; carton ; boîtes en carton ou en papier ; affiches ; albums ; cartes ; livres ; journaux ; prospectus ; brochures ; calendriers ; instruments d'écriture ; objets d'art gravés ou lithographiés ; tableaux (peintures) encadrés ou non ; aquarelles ; patrons pour la couture ; dessins ; instruments de dessin ; mouchoirs de poche en papier ; serviettes de toilette en papier ; linge de table en papier ; papier hygiénique ; sacs et sachets (enveloppes, pochettes) en papier ou en matières plastiques pour l'emballage ; sacs à ordures en papier ou en matières plastiques" ;

- en classe 18 : "Cuir et imitations du cuir ; peaux d'animaux ; malles et valises ; parapluies, parasols et cannes ; fouets et

sellerie ; portefeuilles ; porte-monnaie ; sacs à main, à dos, à roulettes ; sacs d'alpinistes, de campeurs, de voyage, de plage, d'écoliers ; coffrets destinés à contenir des affaires de toilette ; colliers ou habits pour animaux ; filets ou sacs à provisions" ;

- en classe 25 : "Vêtements, chaussures, chapellerie ; chemises ; vêtements en cuir ou en imitation du cuir ; ceintures (habillement) ; fourrures (vêtements) ; gants (habillement) ; foulards ; cravates ; bonneterie ; chaussettes ; chaussons ; chaussures de plage, de ski ou de sport ; sous-vêtements" ;

- en classe 38 : "Télécommunications ; informations en matière de télécommunications ; communications par terminaux d'ordinateurs ou par réseau de fibres optiques ; communications radiophoniques ou téléphoniques ; services de radiotéléphonie mobile ; fourniture d'accès utilisateur à des réseaux informatiques mondiaux ; fourniture de forums de discussion sur l'Internet ; fourniture d'accès à des bases de données ; services d'affichage électronique (télécommunications) ; raccordement par télécommunications à un réseau informatique mondial ; agences de presse ou d'informations (nouvelles) ; location d'appareils de télécommunication ; émissions radiophoniques ou télévisées ; services de téléconférences ; services de messagerie électronique ; location de temps d'accès à des réseaux informatiques mondiaux" ;

- en classe 39 : "Transport ; emballage et entreposage de marchandises ; organisation de voyages ; informations en matière de transport ; services de logistique en matière de transport ; distribution de journaux ; distribution des eaux, d'électricité ou d'énergie ; distribution (livraison de produits) ; remorquage ; location de garages ou de places de stationnement ; location de véhicules ; services de taxis ; réservation de places de voyage ; entreposage de supports de données ou de documents stockés électroniquement" ;

- en classe 41 : "Éducation ; formation ; divertissement ; activités sportives et culturelles ; informations en matière de divertissement ou d'éducation ; recyclage professionnel ; mise à disposition d'installations de loisirs ; publication de livres ; prêts de livres ; production de films sur bandes vidéo ; location de films cinématographiques ; location d'enregistrements sonores ; location de magnétoscopes ou de postes de radio et de télévision ; location de décors de spectacles ; montage de bandes vidéo ; services de photographie ; organisation de concours (éducation ou divertissement) ; organisation et conduite de colloques, conférences ou congrès ; organisation d'expositions à buts culturels ou éducatifs ; réservation de places de spectacles ; services de jeu proposés en ligne à partir d'un réseau informatique ; service de jeux d'argent ; publication électronique de livres et de périodiques en ligne ; micro-édition" ;

que la marque n° 3 927 615 désigne les produits et services suivants :

- en classe 3 : "Préparations pour blanchir et autres substances pour lessiver ; préparations pour nettoyer, polir, dégraisser et abraser ; savons ; parfums, huiles essentielles, cosmétiques, lotions pour les cheveux ; dentifrices ; dépilatoires ; produits de démaquillage ; rouge à lèvres ; masques de beauté ; produits de rasage ; produits pour la conservation du cuir (cirages) ; crèmes pour le cuir" ;

- en classe 14 : "Joannerie ; bijouterie, pierres précieuses ; horlogerie et instruments chronométriques ; métaux précieux et leurs alliages ; objets d'art en métaux précieux ; coffrets à bijoux ; boîtes en métaux précieux ; boîtiers, bracelets, chaînes, ressorts ou verres de montre ; porte-clefs de fantaisie ; statues ou figurines (statuettes) en métaux précieux ; étuis ou écrins pour l'horlogerie ; médailles" ;

- en classe 16 : "Produits de l'imprimerie ; articles pour reliures ; photographies ; articles de papeterie ; adhésifs (matières collantes) pour la papeterie ou le ménage ; matériel pour les artistes ; pinceaux ; machines à écrire et articles de bureau (à l'exception des meubles) ; matériel d'instruction ou d'enseignement (à l'exception des appareils) ; caractères d'imprimerie ; clichés ; papier ; carton ; boîtes en carton ou en papier ; affiches ; albums ; cartes ; livres ; journaux ; prospectus ; brochures ; calendriers ; instruments d'écriture ; objets d'art gravés ou lithographiés ; tableaux (peintures) encadrés ou non ; aquarelles ; patrons pour la couture ; dessins ; instruments de dessin ; mouchoirs de poche en papier ; serviettes de toilette en papier ; linge de table en papier ; papier hygiénique ; sacs et sachets (enveloppes, pochettes) en papier ou en matières plastiques pour l'emballage ; sacs à ordures en papier ou en matières

plastiques" ;

- en classe 18 : "Cuir et imitations du cuir ; peaux d'animaux ; malles et valises ; parapluies, parasols et cannes ; fouets et sellerie ; portefeuilles ; porte-monnaie ; sacs à main, à dos, à roulettes ; sacs d'alpinistes, de campeurs, de voyage, de plage, d'écoliers ; coffrets destinés à contenir des affaires de toilette ; colliers ou habits pour animaux ; filets ou sacs à provisions" ;

- en classe 25 : "Vêtements, chaussures, chapellerie ; chemises ; vêtements en cuir ou en imitation du cuir ; ceintures (habillement) ; fourrures (vêtements) ; gants (habillement) ; foulards ; cravates ; bonneterie ; chaussettes ; chaussons ; chaussures de plage, de ski ou de sport ; sous-vêtements" ;

- en classe 38 : "Télécommunications ; informations en matière de télécommunications ; communications par terminaux d'ordinateurs ou par réseau de fibres optiques ; communications radiophoniques ou téléphoniques ; services de radiotéléphonie mobile ; fourniture d'accès utilisateur à des réseaux informatiques mondiaux ; fourniture de forums de discussion sur l'Internet ; fourniture d'accès à des bases de données ; services d'affichage électronique (télécommunications) ; raccordement par télécommunications à un réseau informatique mondial ; agences de presse ou d'informations (nouvelles) ; location d'appareils de télécommunication ; émissions radiophoniques ou télévisées ; services de téléconférences ; services de messagerie électronique ; location de temps d'accès à des réseaux informatiques mondiaux" ;

- en classe 39 : "Transport ; emballage et entreposage de marchandises ; organisation de voyages ; informations en matière de transport ; services de logistique en matière de transport ; distribution de journaux ; distribution des eaux, d'électricité ou d'énergie ; distribution (livraison de produits) ; remorquage ; location de garages ou de places de stationnement ; location de véhicules ; services de taxis ; réservation de places de voyage ; entreposage de supports de données ou de documents stockés électroniquement" ;

- en classe 41 : "Éducation ; formation ; divertissement ; activités sportives et culturelles ; informations en matière de divertissement ou d'éducation ; recyclage professionnel ; mise à disposition d'installations de loisirs ; publication de livres ; prêts de livres ; production de films sur bandes vidéo ; location de films cinématographiques ; location d'enregistrements sonores ; location de magnétoscopes ou de postes de radio et de télévision ; location de décors de spectacles ; montage de bandes vidéo ; services de photographie ; organisation de concours (éducation ou divertissement) ; organisation et conduite de colloques, conférences ou congrès ; organisation d'expositions à buts culturels ou éducatifs ; réservation de places de spectacles ; services de jeu proposés en ligne à partir d'un réseau informatique ; service de jeux d'argent ; publication électronique de livres et de périodiques en ligne ; micro-édition ; que si la SAS My Little Paris soulève la nullité pour absence de distinctivité des marques "Mum Box" n° 3 893 125, 3 927 615 et 4 065 716 pour l'ensemble des produits et services visés par ces marques, force est de constater qu'elle ne développe ses moyens et son argumentation qu'à l'égard des seuls "boîtes en carton ou en papier" et "services de présentation de produits sur tout moyen de communication pour la vente au détail" pour la marque n° 3 893 125, des seules "boîtes en carton ou en papier" pour la marque n° 3 927 615 et des seules "boîtes en carton, boîtes en carton contenant des articles de puériculture pour les parents et les enfants, boîtes en carton pour la livraison de produits, services de promotion de produits ou de prestations de services (pour des tiers) à destination des parents et des enfants, diffusion d'échantillons pour le compte de sociétés spécialisées dans le domaine de la puériculture et de la petite enfance, promotion des ventes pour des tiers d'articles de puériculture, d'hygiène et de cosmétique pour les enfants et les parents, présentation de produits sur tout moyen de communication pour la vente au détail à savoir vente de boîtes contenant des articles de puériculture, d'hygiène et de cosmétique pour les enfants et les parents" pour la marque n° 4 065 716 ; qu'il n'est ni démontré, ni même simplement allégué que les marques "Mum Box" n° 3 893 125, 3 927 615 et 4 065 716 ne présenteraient pas un caractère distinctif au sens de l'article L 711-2 susvisé pour l'ensemble des autres produits et services qu'elles visent ; que le caractère distinctif de ces marques à l'égard des "boîtes en carton ou en papier", "services de présentation de produits sur tout moyen de communication pour la vente au détail" et "boîtes en carton contenant des articles de puériculture pour les parents et les enfants, boîtes en carton pour la livraison de produits, services de promotion de produits ou de prestations de services (pour des tiers) à destination des parents et des enfants, diffusion d'échantillons pour le compte de sociétés spécialisées dans le domaine de la puériculture et de la petite enfance, promotion des ventes pour des tiers d'articles de puériculture, d'hygiène et de cosmétique pour les enfants et les

parents, présentation de produits sur tout moyen de communication pour la vente au détail à savoir vente de boîtes contenant des articles de puériculture, d'hygiène et de cosmétique pour les enfants et les parents" s'apprécie à la date du dépôt de ces marques, soit au 30 janvier 2012 pour la marque n° 3 893 125, au 17 juin 2012 pour la marque n° 3 927 615 et au 03 février 2014 pour la marque n° 4 065 716 ; que l'appréciation du caractère distinctif, ou non, d'une marque doit se faire sur l'impression d'ensemble que suscite le signe et que la combinaison de termes usuels peut constituer une marque dès lors qu'appliquée aux produits et services qu'elle désigne, elle présente un caractère arbitraire, étant rappelé qu'un terme simplement évocateur est appropriable à titre de marque ; que si le terme de langue anglaise "Box", également entré dans l'usage courant en France, sera compris du public français comme désignant une boîte et que le terme "Mum", abréviation de l'anglais mummy, sera également compris du public français comme signifiant "maman", il apparaît que la juxtaposition de ces deux termes sous la forme "Mum Box" n'a aucune signification particulière en langue anglaise, ni dans sa traduction en français ("maman boîte") et présente en tout état de cause un caractère arbitraire, tout au moins évocateur, pour désigner des "boîtes en carton ou en papier", des "services de présentation de produits sur tout moyen de communication pour la vente au détail" et des "boîtes en carton contenant des articles de puériculture pour les parents et les enfants, boîtes en carton pour la livraison de produits, services de promotion de produits ou de prestations de services (pour des tiers) à destination des parents et des enfants, diffusion d'échantillons pour le compte de sociétés spécialisées dans le domaine de la puériculture, d'hygiène et de cosmétique pour les enfants et les parents, présentation de produits sur tout moyen de communication pour la vente au détail à savoir vente de boîtes contenant des articles de puériculture, d'hygiène et de cosmétique pour les enfants et les parents" ; qu'il n'est d'ailleurs pas démontré qu'à la date de leurs dépôts respectifs ces trois marques "Mum Box" étaient exclusivement, dans le langage courant ou professionnel, la désignation nécessaire, générique ou usuelle de ces produits et services, ni qu'elle pouvaient servir à désigner une caractéristique de ces produits et services, ni encore qu'elles étaient constituées exclusivement par la forme imposée par la nature ou la fonction de ces produits ni qu'elles leur conféraient leur valeur substantielle au sens de l'article L. 711-2 susvisé ; qu'en conséquence la SAS My Little Paris sera déboutée de sa demande en annulation des marques "Mum Box" n° 3 893 125, 3 927 615 et 4 065 716 » ;

ALORS QU'encourt l'annulation la marque dépourvue de caractère distinctif ; qu'une marque verbale constituée de la juxtaposition d'éléments dont chacun est, individuellement, descriptif est dépourvue de caractère distinctif, sauf s'il existe un écart significatif entre cette juxtaposition et la dénomination couramment utilisée pour les produits concernés ; qu'en l'espèce, la marque « Mum Box » est composée du terme en langue anglaise « Box », dont la cour d'appel a relevé qu'il est entré dans l'usage courant en France comme désignant une boîte, et du terme « Mum », abréviation de l'anglais « mummy », dont la cour d'appel a relevé qu'il était compris du public français comme signifiant « maman » (cf. arrêt p. 12, §3) ; que la marque « Mum Box » était ainsi composée d'éléments descriptifs du produit concerné, à savoir une boîte (« Box ») destinée aux mères de familles (« Mum »), de sorte qu'elle était dépourvue de tout caractère distinctif ; que pour retenir le contraire et débouter en conséquence l'exposante de sa demande en annulation, la cour d'appel a affirmé que la juxtaposition des termes composant la marque « Mum Box » n'avait, d'un point de vue syntactique (« maman boîte » en sa traduction française), aucune signification particulière de sorte qu'il présentait un caractère nécessairement arbitraire ; qu'en statuant ainsi, sans caractériser l'existence d'un écart significatif entre la formulation « Mum Box » et la terminologie couramment employée pour décrire le produit visé par la marque, à savoir une boîte pour mamans (ou « Mum's Box » en anglais), la cour d'appel a privé sa décision de base légale au regard de l'article L. 711-2 du code de la propriété intellectuelle.

DEUXIEME MOYEN DE CASSATION

Il est fait grief à l'arrêt attaqué d'avoir confirmé le jugement en ce qu'il a dit qu'en utilisant dans le cadre de la vente et de la promotion de ses coffrets le signe « Mum Box », la société My Little Paris a commis des actes de contrefaçon par reproduction des marques verbales Mum Box n°3 893 125 et n° 4 065 716 dont la société Mum & Friends est titulaire et condamné, en conséquence, la société My Little Paris à payer à la société Mum & Friends les sommes de 25 500 euros au titre du manque à gagner et de la perte subie et 10 000 euros au titre du préjudice moral, fait interdiction à la société My Little Paris de poursuivre de tels agissements sous astreinte de 150 euros par infraction constatée et ordonné la publication d'un communiqué judiciaire sur la page d'accueil des sites www.mylittleparis.fr, www.mylittlebox.fr, et www.mylittlekids.fr aux frais de la société My Little Paris ;

AUX MOTIFS PROPRES QUE « l'article L. 713-2 sous a) du code de la propriété intellectuelle interdit, sauf autorisation du

propriétaire, la reproduction, l'usage ou l'apposition d'une marque, pour des produits ou services identiques à ceux désignés dans l'enregistrement ; que ce texte, transposition en droit interne de la directive 89/104/CEE du Conseil du 21 décembre 1988, codifiée par la directive n° 2008/95 du 22 octobre 2008 du Parlement européen et du Conseil rapprochant les législations des Etats membres sur les marques doit être interprété à la lumière de l'article 5, §1 de cette directive et de la jurisprudence de la Cour de justice de l'Union européenne, notamment de ses arrêts Arsenal du 12 novembre 2002 et Holdings du 12 juin 2008 ; que la comparaison des produits et services doit se faire entre ceux visés dans l'enregistrement des marques revendiquées et ceux prétendument contre-faisants et qu'il résulte des éléments de la cause que dans les deux cas il s'agit de boîtes en carton contenant des échantillons de divers produits notamment cosmétiques, à destination, pour les marques revendiquées, des enfants et de leurs parents et, pour les produits incriminés, des mères de famille, s'adressant en conséquence aux annonceurs ciblant ces mêmes clientèles et qui utilisent lesdites boîtes aux fins de promotion de leurs produits ; que c'est donc à juste titre que les premiers juges ont retenu l'identité des produits et services ; que c'est pas des motifs pertinents et exacts tant en droit qu'en fait, que la cour adopte, que les premiers juges ont retenu, au vu des procès-verbaux de constat des 12 et 30 septembre 2014 et 7 avril 2015, que la SAS My Little Paris a fait, notamment sur les sites Internet www.mylittlekids.fr, www.magicmaman.fr, www.mylittlebox.fr et www.mylittlebox.fr/offer/mum-box, un usage à l'identique des marques verbales "Mum Box" n° 3 893 125 et 4 065 716, la présence d'un trait d'union entre les deux termes n'étant qu'une différence insignifiante pouvant passer inaperçue aux yeux du consommateur moyen ; que c'est également à juste titre que les premiers juges ont dit que l'expression "Mum Box" ne saurait constituer la façon usuelle et légale de décrire en français le produit litigieux, et que cette expression ne figure pas aux côtés des marques dont la SAS My Little Paris est titulaire ; qu'enfin c'est encore à juste titre que les premiers juges ont dit que cet usage portait atteinte à la fonction essentielle de la marque qui est de garantir aux consommateurs la provenance des produits ou services puisque ceux-ci pouvaient penser qu'il s'agit de la même boîte ou d'une boîte en partenariat avec la SAS Mum & Friends ; que le jugement entrepris sera dès lors confirmé en ce qu'il a dit que la SAS My Little Paris a commis des actes de contrefaçon par reproduction des marques verbales "Mum Box" n° 3 893 125 et 4 065 716 dont la SAS Mum & Friends est titulaire ; [

] ; que le préjudice économique subi par la SAS Mum & Friends consécutif au manque à gagner est le même tant en ce qui concerne les actes de contrefaçon par reproduction et les actes de contrefaçon par imitation, les premiers juges ayant fait une exacte évaluation de ce préjudice à la somme de 5.500 € correspondant à un taux de marge de 20% calculé sur une baisse de chiffre d'affaires imputable à la SAS My Little Paris de 27.656 € ; qu'au titre de l'atteinte à la valeur patrimoniale des marques verbales "Mum Box" n° 3 898 125 et 4 065 716, les premiers juges ont, au vu des éléments de la cause, correctement évalué la perte subie à la somme de 20 000 € ; qu'enfin le préjudice moral causé à une petite société récemment constituée intervenant sur un marché ciblé, en recherche de partenaires et de financeurs, a été correctement évalué à la somme de 10 000 € ; que le jugement entrepris sera donc confirmé en ce qu'il a condamné la SAS My Little Paris à payer à la SAS Mum & Friends les sommes de 25 000 € et de 10 000 € à titre de dommages et intérêts en réparation de ces préjudices ; [

] ; que le jugement entrepris sera par ailleurs confirmé en ce qu'il a fait interdiction à la SAS My Little Paris de poursuivre ses agissements sans qu'il y ait lieu à augmenter le montant de l'astreinte prononcée [

] ; qu'enfin le jugement entrepris sera confirmé en ce qu'il a ordonné, à titre de mesure réparatrice complémentaire, la publication d'un communiqué judiciaire tel que reproduit à son dispositif, sur la page d'accueil des sites Internet www.mylittleparis.fr, www.mylittlebox.fr et www.mylittlekids.fr aux frais de la SAS My Little Paris sans qu'il y ait lieu à augmenter le montant de l'astreinte prononcée » ;

ET AUX MOTIFS ADOPTES QU' « 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" ; qu'il résulte en outre des textes communautaires et notamment de la directive CE n° 2008/85 du 22 octobre 2008 que la répression des atteintes aux marques doit obéir aux mêmes règles dans tous les Etats membres, de sorte qu'en raison de l'obligation d'interprétation conforme qui pèse sur lui, le juge français est contraint d'interpréter sa loi interne en adéquation avec la jurisprudence communautaire ; que la Cour de justice (CJCE 12 juin 2008, aff O2 Holdings) a dit pour droit que le titulaire d'une marque enregistrée n'est habilité à interdire à un tiers l'usage d'un signe identique à sa marque en application de l'article 5, paragraphe 1, a) de la directive 2008/85/CE que si quatre conditions sont réunies :

- un usage de la marque dans la vie des affaires

- un usage sans le consentement du titulaire de la marque
- un usage pour des produits ou des services identiques à ceux pour lesquels la marque est enregistrée
- un usage qui porte atteinte à une des fonctions de la marque, qu'il s'agisse de sa fonction essentielle qui est de garantir aux consommateurs la provenance des produits ou des services, ou l'une de ses autres fonctions (publicité, communication, garantie) ; que la Cour de justice avait déjà précisé dans l'arrêt Arsenal Football Club du 12 novembre 2002 que l'usage d'une marque intervient dans la vie des affaires "dès lors qu'il se situe dans le contexte d'une activité commerciale visant un avantage économique et non dans le domaine privé" ; qu'enfin un signe est considéré comme identique à la marque s'il reproduit, sans modification ni ajout tous les éléments constituant la marque ou si, considéré dans son ensemble, il recèle des différences si insignifiantes qu'elles peuvent passer inaperçues aux yeux du consommateur moyen ;

Sur la comparaison des produits et services : qu'en l'espèce, la marque Mum Box n°3893125 a été déposée notamment pour les "boîtes en carton ou en papier" et des services de "diffusion de matériels publicitaires (... imprimés, échantillons)" et de "présentation de produits sur tout moyen de communication pour la vente au détail", et celle déposée le 3 février 2014 sous le n°4065716 a été enregistrée pour divers produits et services dont les « boîtes en carton () boîtes en carton pour la livraison de produits ()", et "services de promotion de produits ou de prestations de services (pour des tiers) à destination des parents et des enfants () ; présentation de produits sur tout moyen de communication pour la vente au détail à savoir vente de boîtes contenant des articles de puériculture, d'hygiène et de cosmétique pour les enfants et les parents" ; qu'il est en outre établi ainsi que le reconnaît la société My Little Paris dans ses écritures que le coffret litigieux My Little Mum Box est une boîte en carton contenant des échantillons à destination des mères de familles ; qu'il s'ensuit qu'il se déduit de la comparaison qui doit être faite entre les produits et services visés dans l'enregistrement des marques revendiquées et ceux prétendument contrefaisants, et non comme le fait la société défenderesse avec les boîtes telles que diffusées par la société Mum & FRIENDS, que les produits et services en présence qui concernent dans les deux cas des boîtes en cartons contenant des échantillons de divers produits notamment cosmétiques à destination, pour les marques revendiquées, des enfants et de leurs parents, et pour les produits incriminées, des mères de famille, s'adressant en conséquence aux annonceurs ciblant ces mêmes populations qui utilisent lesdites boîtes aux fins de promotion de leurs produits, sont bien des produits et services identiques ;

Sur la comparaison des signes : qu'il résulte du procès-verbal de constat du 7 avril 2015 que sur le site www.mylittlekids.fr existe en partie haute un onglet intitulé « Mum Box » permettant à l'internaute d'être renvoyé directement vers la page de commande du coffret proposé par la société MY LITTLE PARIS, et de celui dressé également par huissier de justice le 12 septembre 2014 que sur ce même site il est proposé de "voir la vidéo de la Mum Box" ; qu'il ressort en outre du procès-verbal de constat en date du 30 septembre 2014, d'une part, que Madame Joséphine Z... de la société MY LITTLE PARIS a adressé le 9 septembre 2014 à Madame Marie A..., dont il n'est pas contesté qu'elle est une bloggeuse professionnelle influente sur la cible des parents, un courriel intitulé « ON VOUS OFFRE LA Mum Box » aux termes duquel la société My Little Paris indique "On aimerait vous envoyer la première Mum Box hors abonnement en édition limitée", d'autre part que le 11 septembre 2014, Madame Laurence B... dont il n'est pas contesté qu'elle est responsable marketing du site www.magicmaman.fr édité par le Groupe Marie Claire, a reçu un courriel de la société MY LITTLE PARIS lui proposant de « VOIR LA VIDEO DE LA MUM BOX » que l'huissier de justice a enfin constaté dans son procès-verbal de constat en date du 12 septembre 2014 que l'adresse url de la société MY LITTLE PARIS à laquelle le coffret litigieux peut être commandé sur le site www.mylittlebox.fr est www.mylittlebox.fr/offer/mum-box que ces éléments constituent d'évidence un usage à l'identique des marques verbales revendiquées Mum Box, la présence d'un trait d'union entre "mum" et "box" dans deux de ces usages étant une différence passant inaperçue aux yeux de la consommatrice et ce d'autant qu'elle est reproduite dans une adresse url composée de "/" et de "." ; qu'il ne peut davantage être soutenu par la défenderesse qu'il ne s'agit pas d'un usage à titre de marque mais simplement de l'utilisation courante de deux substantifs parfaitement compréhensibles pour un consommateur de niveau moyen en anglais à des fins descriptives et informatives, alors qu'il s'agit de mots anglais, qui pour être compris par certaines consommatrices françaises, ne constituent pas la façon usuelle et légale de décrire en français le produit litigieux, ainsi que le fait la société My Little Paris dans ses écritures à savoir, un coffret pour les mères de famille, outre que contrairement aux allégations de cette dernière, elle n'a pas pris soins dans les usages ci-dessus incriminés de faire figurer sa marque habituelle aux côtés de l'expression litigieuse en indiquant seulement la Mum Box, et non My Little

Mum Box ; qu'en outre, l'article L. 713-6 du code de la propriété intellectuelle relatif à l'autorisation de l'usage d'un signe lorsqu'il est la référence nécessaire pour indiquer la destination d'un produit notamment en tant qu'accessoire ou pièce détachée n'est pas applicable en l'espèce, en l'absence de tout lien nécessaire entre les coffrets "My Little Mum" et les boîtes de la marque "Mum Box" ; que cet usage porte enfin atteinte à la fonction essentielle de la marque de garantie d'origine du produit en ce que la consommatrice peut penser qu'il s'agit de la même boîte, ou d'une boîte faite en partenariat avec la société Mum & Friends ; que les actes de contrefaçon par reproduction des marques verbales Mum Box n° 3 893 125 et n° 4 065 716 sont en conséquence caractérisés ; [; qu'en vertu de l'article L. 716-14 du code de la propriété intellectuelle :

" Pour fixer les dommages et intérêts, la juridiction prend en considération distinctement :

1° Les conséquences économiques négatives de la contrefaçon, dont le manque à gagner et la perte subis par la partie lésée ;

2° Le préjudice moral causé à cette dernière ;

3° Et les bénéfices réalisés par le contrefacteur, y compris les économies d'investissements intellectuels, matériels et promotionnels que celui-ci a retirés de la contrefaçon.

Toutefois, la juridiction peut, à titre d'alternative et sur demande de la partie lésée, allouer à titre de dommages et intérêts une somme forfaitaire. Cette somme est supérieure au montant des redevances ou droits qui auraient été dus si le contrefacteur avait demandé l'autorisation d'utiliser le droit auquel il a porté atteinte. Cette somme n'est pas exclusive de l'indemnisation du préjudice moral causé à la partie lésée" ; qu'en l'espèce, s'agissant des conséquences économiques négatives de la contrefaçon, il résulte du grand livre des comptes de la société Mum & Friends versé au débat que cette dernière a connu une diminution de 31 789 euros de son chiffre d'affaires en 2014, dont 13% antérieurement au lancement du coffret My Little Mum Box soit une baisse de chiffre d'affaires imputable à la société My Little Paris de 27 656 euros, c'est-à-dire pour un taux de marge qui peut être évalué à environ 20%, un préjudice économique au titre du manque à gagner qui sera fixé à 5 500 euros ; qu'il est en outre établi que la contrefaçon de ses marques verbales Mum Box sur le site internet de la défenderesse, sur Google et dans des mails adressés à des bloggeuses qui ont un rôle de prescripteur a porté atteinte à la valeur patrimoniale des deux marques verbales Mum Box ainsi contrefaites, et que la société Mum & Friends a subi à ce titre une perte qu'il convient d'évaluer à 20 000 euros compte tenu de ce qu'il s'agit d'une marque récente en développement ; qu'il sera donc attribué à la société Mum & Friends au titre des conséquences économiques négatives la somme de 25 500 euros ; qu'enfin, ces mêmes agissements à l'encontre d'une petite société récemment constituée intervenant sur un marché ciblé, en recherche de partenaires et de financeurs, lui ont nécessairement causé un préjudice moral qu'il y a lieu d'évaluer à la somme de 10 000 euros ; [; qu'il sera fait droit, en outre, aux mesures d'interdiction et de publication sollicitées dans les conditions énoncées au dispositif de la présente décision » ;

ALORS QUE la cassation à intervenir sur le fondement du premier moyen, dirigé contre le chef de l'arrêt ayant débouté l'exposante de sa demande en annulation des marques françaises « Mum Box » nos 3 893 125, 3 927 615 et 4 065 716 dont la société Mum & Friends est titulaire, entraînera, par voie de conséquence, la censure des chefs de l'arrêt visés par le deuxième moyen et ce en application de l'article 624 du code de procédure civile.

TROISIEME MOYEN DE CASSATION

Il est fait grief à l'arrêt attaqué d'avoir dit qu'en utilisant dans le cadre de la vente de ses coffrets le signe « My Little Mum Box », la SAS My Little Paris a également commis des actes de contrefaçon par imitation des marques « Mum Box » nos 3 893 125, 4 065 716 et 3 927 615 dont la SAS Mum & Friends est titulaire, dit que la mesure d'interdiction faite à la SAS My Little Paris de poursuivre ses agissements fautifs s'applique également auxdits agissements constitutifs d'actes de contrefaçon par imitation et d'avoir, en conséquence, condamné la même à payer à la SAS Mum & Friends les sommes de 25 500 € au titre du manque à gagner et de la perte subie, 10 000 euros au titre du préjudice moral et la somme de 10 000 euros supplémentaires en réparation de préjudices subis du fait des actes de contrefaçon par imitation de la marque semi-figurative « Mum Box » n° 3 927 615 ;

AUX MOTIFS QUE « l'article L. 713-3 sous b) du code de la propriété intellectuelle interdit, 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'ainsi

qu'il a été analysé précédemment, les produits et services concernés sont identiques ; que l'article L. 713-3 sous b) susvisé doit également être interprété à la lumière de l'article 5, §2 de la directive du 22 octobre 2008 et de la jurisprudence susvisée de la Cour de justice de l'Union européenne qui n'autorise l'exercice du droit conféré par cet article au titulaire de la marque que dans les cas où l'usage du signe par un tiers porte atteinte ou est susceptible de porter atteinte aux fonctions de la marque et notamment à sa fonction essentielle qui est de garantir aux consommateurs ou à l'utilisateur final l'identité d'origine du produit ou du service désigné par la marque, en lui permettant de distinguer, sans confusion possible, ce produit ou service de ceux qui ont une autre provenance ; qu'il convient de rechercher s'il n'existe pas, entre les signes en cause, un risque de confusion (qui comprend le risque d'association), lequel doit être apprécié globalement en se fondant sur l'impression d'ensemble produite par les signes en litige au regard de leurs éléments dominants et distinctifs et en tenant compte de tous les facteurs pertinents du cas d'espèce ; qu'en outre un faible degré de similitude entre les signes peut être compensé par un degré de similitude élevé entre les produits ou les services désignés s'il peut exister un risque de confusion entre les signes ; que si les coffrets "My LittleMum Box" de la SAS My Little Paris présentent avec les marques "Mum Box" dont la SAS Mum & Friends est titulaire des différences d'architecture visuelle et phonétique, il apparaît qu'ils présentent néanmoins en commun la séquence "Mum Box" qui est la reproduction des marques revendiquées ; que dès lors que le signe "My Little Mum Box" est un signe composé reprenant les marques antérieures "Mum Box" de la SAS Mum & Friends, lesquels y conservent leur pouvoir distinctif autonome dans la mesure où la séquence "My Little" est purement descriptive et ne présente aucune distinctivité particulière ; qu'il sera ajouté que les coffrets "My LittleMum Box" reprennent les mêmes polices de caractère, le même style et les mêmes couleurs que la marque semi-figurative "Mum Box" n° 3 927 615, le terme "Mum" étant reproduit dans une écriture manuscrite de couleur verte avec l'initiale en majuscule et le terme "Box" étant reproduit en lettres capitales noires ; qu'il s'ensuit qu'il en résulte un risque de confusion dans la mesure où le public concerné sera amené à attribuer à la SAS Mum & Friends, titulaire des marques antérieures "Mum Box" l'origine des produits ou des services couverts par le signe composé "My LittleMum Box" utilisé par la SAS My Little Paris ; qu'en conséquence, l'usage du signe "My LittleMum Box" est susceptible de porter atteinte à la fonction essentielle de la marque qui est de permettre au consommateur de distinguer, sans confusion possible, le produit ou le service désigné par la marque de ceux qui ont une autre provenance ; que le jugement entrepris sera infirmé en ce qu'il a débouté la SAS Mum & Friends de ses demandes en contrefaçon par imitation de ses marques "Mum Box" et que statuant à nouveau de ce chef, il sera jugé qu'en utilisant dans le cadre de la vente de ses coffrets le signe "My LittleMum Box", la SAS My Little Paris a également commis des actes de contrefaçon par imitation des marques "Mum Box" nos 3 893 125, 4 065 716 et 3 927 615 dont la SAS Mum & Friends est titulaire ; [

] ; qu'en ce qui concerne l'atteinte à la valeur patrimoniale de la marque semi-figurative "Mum Box" n° 3 927 615 du fait des actes de contrefaçon par imitation et du préjudice moral causé à cette marque, il convient, ajoutant au jugement entrepris, d'allouer à la société Mum & Friends la somme supplémentaire de 10 000 € à titre de dommages et intérêts » ;

1°/ ALORS QUE la cassation à intervenir sur le fondement du premier moyen, dirigé contre le chef de l'arrêt ayant débouté l'exposante de sa demande en annulation des marques françaises « Mum Box » nos 3 893 125, 3 927 615 et 4 065 716 dont la société Mum & Friends est titulaire, entraînera, par voie de conséquence, la censure des chefs de l'arrêt visés par le troisième moyen et ce en application de l'article 624 du code de procédure civile ;

2°/ ALORS QUE le juge doit faire respecter et respecter lui-même le principe du contradictoire ; qu'il ne peut relever d'office un moyen sans avoir au préalable invité les parties à s'en expliquer contradictoirement ; qu'en relevant d'office, pour retenir l'existence d'une contrefaçon par imitation, que la séquence « My Little », composant le signe « My LittleMum Box » était purement descriptive, sans avoir préalablement rouvert les débats pour permettre aux parties de présenter leurs observations sur ce moyen, la cour d'appel a violé l'article 16 du code de procédure civile ;

3°/ ALORS QUE constitue un signe descriptif, dépourvu de distinctivité, celui pouvant servir à désigner une caractéristique du produit ou du service, et notamment l'espèce, la qualité, la quantité, la destination, la valeur, la provenance géographique, l'époque de la production du bien ou de la prestation de service ; que pour retenir que la marque « My Little » composant le signe « My LittleMum Box » argué de contrefaçon, était dénuée de distinctivité et partant, n'était pas de nature à écarter tout risque de confusion dans l'esprit du public avec la marque « Mum Box », la cour d'appel a affirmé péremptoirement que la marque « My Little » était « purement descriptive » ; qu'en statuant ainsi, sans expliquer en quoi celle-ci aurait été de nature à désigner une caractéristique du produit concerné par la marque, la cour d'appel a privé sa décision de base légale au regard des articles L. 711-2 et L. 713-3 du code de la propriété

intellectuelle ;

4°/ ALORS QUE la notoriété d'une marque est de nature à la rendre distinctive ; qu'en s'abstenant de s'expliquer sur la notoriété de la marque « My Little » invoquée par l'exposante, ni sur l'important dossier de presse produit par cette dernière qui établissait précisément que cette marque, déposée en 2009, soit antérieurement aux marques revendiquées par la société Mum & Friends, bénéficiait d'une notoriété certaine sur la cible visée des mères de famille, la cour d'appel a violé l'article 455 du Code de procédure civile ;

5°/ ALORS QU'en toute hypothèse, l'objet du litige est déterminé par les prétentions des parties ; qu'en allouant à la société Mum & Friends une somme supplémentaire de 10 000 euros à titre de dommages et intérêts « du fait des actes de contrefaçon par imitation et du préjudice moral causé [à la marque semi-figurative "Mum Box" n°3 927 615] » (lire « du préjudice moral causé à la société Mum & Friends du fait de la contrefaçon, par imitation, de ladite marque »), cependant que cette dernière n'avait formulé aucune demande en réparation du préjudice moral subi à raison des actes de contrefaçon par imitation, la cour d'appel a statué ultra petita, en violation des articles 4 et 5 du code de procédure civile.

QUATRIEME MOYEN DE CASSATION

Il est fait grief à l'arrêt attaqué d'avoir dit qu'en détournant indûment la clientèle à son profit en intégrant dans le code source une balise-titre Mum Box, et en assurant la promotion sur internet de son coffret sous le hashtag twitter #Mum Box, la société My Little Paris a commis des actes de concurrence déloyale et parasitaire au préjudice de la société Mum & Friends et d'avoir, en conséquence, condamné la société My Little Paris à payer à la SAS Mum & Friends la somme de 25 000 euros à titre de dommages et intérêts en réparation du préjudice subi du fait des actes de concurrence déloyale et parasitaire ;

AUX MOTIFS PROPRES QU' « il résulte des éléments de la cause que (notamment sur rapport d'expert CELOG du 04 novembre 2014) que la saisie dans le moteur de recherche sur Internet Google, des mots "Mum Box" entraîne l'affichage en seconde position du résultat "Mum Box - My Little Box" renvoyant à l'adresse URL "mylittlebox.fr/offer/mum-box" dans la mesure où le contenu de la balise titre dans le document source de cette page Internet est "Mum Box - My Little Box" et où elle est utilisée par les moteurs de recherche sur Internet pour indexer la page ; que l'introduction non nécessaire des mots "Mum Box" dans la balise titre de cette page Internet n'entraîne pas un référencement commercial identifiable par le consommateur mais bien un référencement naturel faisant apparaître comme résultat d'une recherche effectuée à partir des mots "Mum Box", identique à ceux des marques dont la SAS Mum & Friends est titulaire, le site www.mvlittlebox.fr de la SAS My Little Paris, ce qui constitue bien un acte de concurrence déloyale et parasitaire provoquant un détournement de clientèle et permettant à cette société de profiter sans frais de la notoriété de la SAS Mum & Friends sur sa clientèle ; qu'il en est de même de l'acte de promotion par la SAS My Little Paris de son coffret "My Little Mum Box" sous le hashtag Twitter #MumBox ; qu'il s'agit bien de faits distincts de ceux invoqués sur le fondement de l'action en contrefaçon de marques ; qu'en conséquence, le jugement entrepris sera confirmé en ce qu'il a retenu l'existence d'actes de concurrence déloyale et parasitaire commis par la SAS My Little Paris au préjudice de la SAS Mum & Friends ; [...] ; qu'au vu des éléments de la cause il apparaît que ces actes distincts de concurrence déloyale ont causé un préjudice moral à la SAS Mum & Friends en raison de l'atteinte ainsi portée à son image à l'égard de ses partenaires ; que la cour évalue ce préjudice à la somme de 25 000 € que la SAS My Little Paris sera condamnée à lui payer, le jugement entrepris étant infirmé en ce qu'il a débouté la SAS Mum & Friends de ce chef de demande » ;

ET AUX MOTIFS, EVENTUELLEMENT ADOPTES, 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" ; qu'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 ; que par ailleurs l'action en concurrence déloyale ou en parasitisme doit reposer sur des agissements distincts de ceux qui ont été retenus pour établir la contrefaçon ; qu'en l'espèce, il résulte du rapport d'expert CELOG "centre d'expertise des logiciels" en date du 4

novembre 2014 que lorsqu'une requête Mum Box est saisie dans le moteur de recherche Google, s'affiche en deuxième position "Mum Box - My Little Box" renvoyant à l'adresse url mylittlebox.fr/offer/mum-box, et que lorsque l'expert consulte le document source de cette page, il constate que le contenu de la balise titre est "Mum Box- My Little Box", l'expert précisant que le contenu de cette balise peut notamment être utilisé par certains moteurs de recherches pour indexer la page ; que ces faits relatifs à l'introduction dans /es codes sources du site de la société My Little Paris d'une balise-titre "Mum Box" n'ont pas été évoqués au titre de la demande en contrefaçon, de sorte qu'il s'agit bien de faits distincts allégués sur le fondement de la concurrence déloyale et parasitaire ; qu'en intégrant ainsi dans /es documents source /es mots Mum Box identiques aux marques de la société Mum & Friends, qui ne sont pas nécessaires et ce dans un contexte d'activités concurrentes, en les plaçant ainsi au sein d'un balisetitres entraînant, non pas un référencement commercial identifiable par le consommateur, mais un référencement commercial naturel faisant apparaître sur l'écran à la suite de la recherche effectuée par l'internaute à partir du mot Mum Box, côte à côte "Mum Box - My Little Box", mention suivie du site mylittlebox dont l'adresse url se termine par mum-box, la société My Little Paris a commis un acte déloyal aux fins de provoquer un détournement de clientèle et de profiter, sans frais, de la notoriété qu'a commencée à acquérir la société Mum & Friends sur ce segment de clientèle ainsi qu'en atteste l'étude barométrique de l'Institut des mamans qui indique que la "box maman" la plus connue est la Mum Box même si son taux de notoriété reste faible autour de 9% ; que cet élément, tout comme le fait que la société My Little Paris assure la promotion sur internet de son coffret My Little Mum Box sous le hashtag twitter #MumBox caractérisent une faute de concurrence déloyale et parasitaire » ;

ALORS QUE la cassation à intervenir sur le fondement du premier moyen entraînera, par voie de conséquence, la censure des chefs de l'arrêt visés par le quatrième moyen et ce en application de l'article 624 du code de procédure civile.

Décision **attaquée**

Cour d'appel de paris i1
20 juin 2017 (n°16/05473)

Textes **appliqués**

Article 1014 du code de procédure civile.

Les **dates clés**

- Cour de cassation Chambre commerciale financière et économique 24-10-2018
- Cour d'appel de Paris I1 20-06-2017