AU NOM DU PEUPLE FRANCAIS

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

Sur le pourvoi formé par la société anonyme Beiersdorf, anciennement dénommée Lesourd parfumeurs Paris France, dont le siège social est ... à Charenton-le-Pont (Val-de-Marne), en cassation d'un arrêt rendu le 15 juin 1992 par la cour d'appel d'Angers (1re chambre, section A), au profit de la société anonyme Catimini, dont le siège social est ... à Saint-Macaire-en-Mauges (Maine-et-Loire), défenderesse à la cassation ;

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

LA COUR, composée selon l'article L. 131-6, alinéa 2, du Code de l'organisation judiciaire, en l'audience publique du 3 mai 1994, où étaient présents :

M. Bézard, président, M. Gomez, conseiller rapporteur, M. Nicot, conseiller, M. de Gouttes, avocat général, Mme Arnoux, greffier de chambre ;

Sur le rapport de M. le conseiller Gomez, les observations de la SCP Lemaître et Monod, avocat de la société Beiersdorf, de Me Barbey, avocat de la société Catimini, les conclusions de M. de Gouttes, avocat général, et après en avoir délibéré conformément à la loi ;

Attendu, selon les énonciations de l'arrêt confirmatif attaqué (Angers, 15 juin 1992), que la société Catimini, qui commercialise des vêtements pour enfants, est titulaire de la marque Catimini, déposée le 27 mars 1979, enregistrée sous le numéro 1 091 647, pour désigner les produits dans les classes 24, 25 et 28 ; que, le 23 octobre 1980, le dépôt a été étendu aux produits dans les classes 3, 5 et 18 ; que les deux dépôts ont été renouvelés le 9 novembre 1988 et enregistrés sous le numéro 1 514 470 ;

que la société Lesourd parfumeur Paris France (société Beiersdorf) a assigné la société Catimini pour voir prononcer la déchéance de ses droits sur la marque pour les produits dans la classe 3, notamment les produits de toilette, parfumerie et cosmétiques ; que la société Catimini a reconventionnellement demandé la condamnation de la société Beiersdorf pour contrefaçon ;

Sur le premier moyen :

Attendu que la société Beiersdorf fait grief à l'arrêt d'avoir rejeté la demande en déchéance de la société Catimini des droits sur la marque, alors, selon le pourvoi, que, pour échapper à la déchéance, le propriétaire d'une marque doit avoir, durant les cinq années précédant la demande, exploité cette marque de manière réelle et sérieuse en procédant à une commercialisation effective ; qu'en se fondant sur les seules circonstances établies que la société Catimini, durant la période des cinq années précédant l'assignation, avait commandé plusieurs milliers de produits à ses fournisseurs, mais n'avait procédé qu'à une distribution quasi inexistante, et qu'elle n'avait livré 1 700 articles que postérieurement à la demande de déchéance, ce dont il résultait qu'elle n'avait pas rapporté la preuve qui lui incombait d'une commercialisation réelle et sérieuse antérieure à l'assignation, la cour d'appel a violé l'article 11 de la loi du 31 décembre 1964 ;

Mais attendu que l'arrêt, par motifs propres et adoptés, a relevé que pendant la période de cinq années à partir du 22 septembre 1989, date de la demande en déchéance, la société Catimini avait, en 1987, confié à une société la réalisation d'une gamme de produits de toilette, qu'une facture portant sur 5 500 eaux de toilette, 5 000 "shampooings" et 7 500 savons avait été établie pour un montant de plus de 150 000 francs le 30 novembre 1987, que ces produits avaient été livrés de novembre 1987 à janvier 1988, que la société Catimini avait confié à une seconde société le soin de confectionner 5 000 "boîtes valisettes" portant la mention "les acidulés de Catimini" dont une partie a été mise à la disposition du public, qu'elle s'était adressée, au cours du premier semestre 1989, à d'autres fournisseurs et avait fait paraître plusieurs articles dans la presse ; qu'à partir de ces constatations et appréciations, qui faisaient apparaître que la société Catimini avait fait fabriquer des produits en nombre important dans le but de les commercialiser, la cour d'appel en a souverainement déduit que la marque litigieuse faisait l'objet d'une exploitation publique et non équivoque ; d'où il suit que le moyen n'est pas fondé ;

Sur le second moyen :

Attendu que la société Beiersdorf fait grief à l'arrêt d'avoir décidé qu'elle avait commis des actes de contrefaçon, alors, selon le pourvoi, que la seule reproduction de la marque ne constitue pas la contrefaçon ;

qu'il ressort des constatations des juges que la société Catimini entendait distribuer des produits de toilette (eaux de toilette, "shampooings", savons et sel de bains), tandis qu'elle-même n'a exclusivement exploité sa marque que pour des produits cosmétiques du type "fard à paupières" ; qu'en s'abstenant de rechercher si les produits commercialisés sous la marque "Les Katiminis" étaient identiques ou similaires à ceux vendus par la société Catimini, la cour d'appel a privé sa décision de base légale au regard des articles 27 et 28 de la loi du 1er décembre 1964 et 1382 du Code civil ;

Mais attendu que l'arrêt constate que la société Beiersdorf avait déposé la marque Katimini pour désigner les produits dans la classe 3 ; qu'ayant retenu, en outre, que le seul dépôt de la marque était constitutif de contrefaçon, la cour d'appel n'avait pas, dès lors que la marque litigieuse devait servir à désigner des produits protégés par le dépôt de la société Catimini, à procéder à la recherche prétendument omise ; d'où il suit que le moyen n'est pas fondé ;

PAR CES MOTIFS :

REJETTE le pourvoi ;

Condamne la société Beiersdorf, envers la société Catimini, aux dépens et aux frais d'exécution du présent arrêt ;

Ainsi fait et jugé par la Cour de Cassation, Chambre commerciale, financière et économique, et prononcé par M. le président en son audience publique du vingt-et-un juin mil neuf cent quatre-vingt-quatorze.