

Attendu, selon l'arrêt attaqué (Versailles, 17 juin 2004), que la société Galeries Lafayette est titulaire d'une marque enregistrée sous le numéro 130 0008, décrite comme possédant un graphisme tout à fait particulier représentant, enfermé dans un rectangle, le dessin d'un chapeau de type canotier tenu par trois doigts féminins, "aux ongles vernis" et d'un visage féminin stylisé et maquillé comportant, en diagonale d'une dimension nettement moindre que celle du chapeau et apparaissant comme la base de la tête, le slogan "La France a du talent" ; que cette société a agi en contrefaçon de cette marque à l'encontre des sociétés Génédis, Scamark et Groupement d'achats des centres Leclerc, pour avoir déposé ou fait usage des marques "Nos régions ont du talent" et "Nos vigneron ont du talent" ; que la société LR Monoprix distribution (la société LRMD), exploitante de la marque arguée de contrefaçon, a agi contre ces mêmes parties en concurrence déloyale ; que celles-ci ont reconventionnellement poursuivi la déchéance des droits sur cette marque, pour défaut d'usage ;

Sur le premier et le deuxième moyens, réunis :

Attendu que les sociétés Galeries Lafayette et LRMD font grief à l'arrêt d'avoir accueilli cette demande, alors, selon le moyen :

1 / qu'en vertu de l'article L. 714-5 du code de la propriété intellectuelle un usage sérieux de la marque commencé ou repris postérieurement à la période de cinq ans fait obstacle à la déchéance s'il a été entrepris avant la période suspecte de trois mois précédant la demande de déchéance ; que la cour d'appel a constaté que la demande de déchéance avait été formulée par conclusions du 12 septembre 2001 ;

qu'en s'abstenant de tirer les conséquences de ses propres constatations d'où il résultait que faisait obstacle à la déchéance un usage de marque antérieur au 12 juin 2001, et non au 9 novembre 1990 comme indiqué dans l'arrêt, la cour d'appel a violé le texte susvisé ;

2 / qu'en décidant que l'usage de la marque sous une forme modifiée, c'est-à-dire la seule utilisation du slogan figurant dans la marque litigieuse, ne permettait pas de faire échec à la demande de déchéance, au motif que le slogan seul ne faisait pas référence à un univers identique, la cour d'appel, qui n'exclut pas que le slogan ait par lui-même un caractère distinctif, n'a pas justifié légalement sa décision au regard de l'article L. 714-5 du code de la propriété intellectuelle ;

Mais attendu, en premier lieu, que l'usage de la marque sous une forme modifiée s'entendant de l'usage de ce signe, tel qu'enregistré, sous réserve de différences n'en altérant pas le caractère distinctif, la cour d'appel, qui a constaté que le slogan extrait de la marque semi-figurative faisant l'objet de la demande de déchéance ne constituait pas le caractère distinctif propre de cette marque, telle qu'elle a été déposée, a légalement justifié sa décision, sans avoir à effectuer une recherche inopérante quant au caractère distinctif en lui-même de cet élément de la marque ;

Et attendu, en second lieu, que les sociétés Galeries Lafayette et LRMD n'ont pas soutenu qu'elles auraient, à une date quelconque et particulièrement entre le 9 novembre 2000 et le 21 juin 2001, fait usage de la marque sous une autre forme que celle revendiquée, dont la cour d'appel a retenu qu'il ne constituait pas un usage conforme à la dérogation prévue à l'article L. 714-5 du code de la propriété intellectuelle ;

D'où il suit qu'inopérant en sa première branche, le moyen n'est pas fondé en sa seconde branche ;

Et sur le troisième moyen :

Attendu que la société LRMD fait grief à l'arrêt d'avoir rejeté son action en concurrence déloyale, alors, selon le moyen, qu'elle sollicitait, sur le fondement de la concurrence déloyale, la réparation du préjudice qu'elle avait subi du fait de la diffusion de produits à un prix inférieur aux siens, avec le même slogan et la même approche commerciale ; qu'en affirmant que ses demandes au titre de la concurrence déloyale "étaient fondées sur les droits conférés par la marque n° 130 0008", la cour d'appel a dénaturé les conclusions susvisées et violé l'article 4 du nouveau code de procédure civile ;

Mais attendu que la société LRMD ayant soutenu en cause d'appel qu'elle diffuse les produits revêtus de la marque, qu'en diffusant des produits directement substituables et à un prix inférieur, les parties adverses ont engendré une perte évidente de parts de marché à son détriment, du fait de la reprise du même slogan et de la même approche commerciale, et qu'il résulte un préjudice, pour les distributeurs de produits revêtus de la marque "la France a du talent", de la vente de produits revêtus des marques "Nos vigneron ont du talent" et "Nos régions ont du talent", puis demandé de constater l'existence d'actes de concurrence déloyale à son préjudice, en tant qu'utilisatrice exclusive de la marque "La France a du talent", et ayant enfin réclamé condamnation à raison de la commercialisation des produits sous les marques incriminées, la cour d'appel n'a pas dénaturé ces conclusions, qui n'étaient ni claires ni précises, en les interprétant comme fondant la demande sur les droits conférés par la marque dont la société LRMD était l'exploitante ; que le moyen n'est pas fondé ;

PAR CES MOTIFS :

REJETTE le pourvoi ;

Condamne les sociétés Galeries Lafayette et LRMD aux dépens ;

Vu l'article 700 du nouveau code de procédure civile, condamne les sociétés Galeries Lafayette et LRMD à payer aux sociétés Genedis, Scamark et Groupement d'achats des centres Leclerc la somme globale de 2 000 euros ;

Ainsi fait et jugé par la Cour de cassation, chambre commerciale, financière et économique, et prononcé par le président en son audience publique du vingt juin deux mille six.