

4 avril 2014

Cour d'appel de Paris

RG n° 12/20559

Pôle 5 - Chambre 2

Texte de la décision

Entête

Grosses délivrées REPUBLIQUE FRANCAISE

aux parties le :AU NOM DU PEUPLE FRANCAIS

COUR D'APPEL DE PARIS

Pôle 5 - Chambre 2

ARRET DU 04 AVRIL 2014

(n°85, 31 pages)

Numéro d'inscription au répertoire général : 12/20559

Décision déferée à la Cour : jugement du 13 septembre 2012 - Tribunal de grande instance de PARIS - 3ème chambre
4ème section - RG n°10/08800

APPELANTE AU PRINCIPAL et INTIMEE INCIDENTE

COMMUNE DE LAGUIOLE

Collectivité territoriale, agissant en la personne de son maire, M. [H] [R], domicilié en cette qualité

[Adresse 8]

[Localité 1]

Représentée par Me Véronique DE LA TAILLE de la SELARL RECAMIER AVOCATS ASSOCIES, avocat au barreau de PARIS,
toque K 148

Assistée de Me Carine PICCIO plaidant pour la SELARL ASTON, avocat au barreau de PARIS, toque B 0989

APPELANTES AU PRINCIPAL et INTIMEES INCIDENTES

S.A.S. LUNETTES FOLOMI, prise en la personne de ses représentants légaux domiciliés en cette qualité au siège social situé

[Adresse 12]

[Localité 5]

Représentée par Me Arnault GROGNARD, avocat au barreau de PARIS, toque E 1281

Assistée de Me Quentin MOUTIER plaidant pour la SELARL AROBASE AVOCATS, avocat au barreau de TOURS

S.A.R.L. SIMCO CASH, prise en la personne de son représentant légal domicilié en cette qualité au siège social situé

[Adresse 9]

[Localité 13]

Représentée par Me Jean-Claude CHEVILLER, avocat au barreau de PARIS, toque D 945

Assistée de Me Pierre HOFFMAN plaidant pour la SELARL HOFFMAN, avocat au barreau de PARIS, toque L 610

S.A. POLYFLAME EUROPE, prise en la personne de ses représentants légaux domiciliés en cette qualité au siège social situé

[Adresse 15]

[Adresse 15]

[Localité 12]

Représentée par Me Pascal LEFORT de la SCP DUCLOS - THORNE - MOLLET-VIEVILLE & ASSOCIES, avocat au barreau de PARIS, toque P 75

Assistée de Me Marie-Elvire DE MORO-GIAFFERRI plaidant pour la SCP DUCLOS - THORNE - MOLLET-VIEVILLE & ASSOCIES, avocat au barreau de PARIS, toque P 75

Société TENDANCE SEDUCTION, prise en la personne de ses représentants légaux domiciliés en cette qualité au siège social situé

[Adresse 2]

[Localité 7]

Société BYTTEBIER HOME TEXTILES, société de droit belge, prise en la personne de ses représentants légaux domiciliés en cette qualité au siège social situé

[Adresse 13]

[Adresse 10]

BELGIQUE

S.A. CLISSON, prise en la personne de ses représentants légaux domiciliés en cette qualité au siège social situé

[Adresse 14]

[Localité 9]

Société LCL PARTNERS, prise en la personne de ses représentants légaux domiciliés en cette qualité au siège social situé

[Adresse 3]

[Localité 4]

Représentées par Me Pascale FLAURAUD, avocat au barreau de PARIS, toque K 090

Assistées de Me Julie MOREAU, avocat au barreau de LILLE

INTIMES AU PRINCIPAL et INTIMES INCIDENTS

M. [C] [O]

[Adresse 5]

[Localité 11]

M. [V] [O]

[Adresse 5]

[Localité 11]

S.A. LAGUIOLE, anciennement dénommée GTI GIL TECHNOLOGIES INTERNATIONAL, prise en la personne de son représentant légal domicilié en cette qualité au siège social situé

[Adresse 7]

[Localité 8]

S.A.S. LAGUIOLE LICENCES, prise en la personne de son représentant légal domicilié en cette qualité au siège social situé

[Adresse 5]

[Localité 11]

Représentés par Me Alain FISSELIER de la SCP AFG, avocat au barreau de PARIS, toque L 0044

Assistés de Me Anne LAKITS, avocat au barreau de PARIS, toque C 765

INTIMEES

S.A.S. GARDEN MAX, prise en la personne de son gérant domicilié en cette qualité au siège social situé

[Adresse 6]

[Localité 6]

Représentée par Me Chantal BODIN CASALIS, avocat au barreau de PARIS, toque L 0066

Assistée de Me Amélie CAPON plaidant pour la SELARL BRM AVOCATS et substituant Me Nicole BONDOIS, avocat au barreau de LILLE, case 107

S.A.R.L. THE BRANDS COMPANY (TBC), prise en la personne de ses représentants légaux domiciliés en cette qualité au siège social situé

[Adresse 4]

[Localité 3]

Représentée par Me Arnault GROGNARD, avocat au barreau de PARIS, toque E 1281

S.A.S.U. INOVALK, prise en la personne de son président, M. [K] [G] [D], domicilié en cette qualité au siège social situé

[Adresse 1]

[Localité 10]

Assignée conformément aux dispositions de l'article 659 du code de procédure civile et n'ayant pas constitué avocat

COMPOSITION DE LA COUR :

Après rapport oral, l'affaire a été débattue le 15 janvier 2014, en audience publique, devant la Cour composée de :

Mme Marie-Christine AIMAR, Présidente

Mme Sylvie NEROT, Conseillère

Mme Véronique RENARD, Conseillère

qui en ont délibéré

Greffière lors des débats : M. Truc-Lam NGUYEN

ARRET :

Par défaut

Par mise à disposition de l'arrêt au greffe de la Cour, les parties en ayant été préalablement avisées dans les conditions prévues au deuxième alinéa de l'article 450 du code de procédure civile

Signé par Mme Marie-Christine AIMAR, Présidente, et par Mme Carole TREJAUT, Greffière, à laquelle la minute du présent arrêt a été remise par la magistrate signataire.

Vu l'assignation délivrée les 31 mai, 03, 08, 10 et 15 juin, 15 juillet et 28 septembre 2010 par la commune de Laguiole, communauté territoriale située dans le département de l'Aveyron, laquelle expose qu'elle se distingue par son environnement rural, ses produits du terroir, son artisanat et sa gastronomie qu'elle valorise en permanence et précise en préambule qu'elle a été contrainte d'agir en justice afin de voir reconnaître que son nom constitue une indication de provenance pour certaines catégories de produits, qu'il fait l'objet d'une spoliation par les défendeurs à l'action du fait d'une multiplication de dépôts du nom 'Laguiole' à titre de marque depuis 1993 ainsi que de leur opposition à un tel dépôt par elle-même ou par ses administrés et que les pratiques commerciales de ceux-ci, qu'elle qualifie de trompeuses, caractérisent une faute de nature à porter atteinte à son nom, à son image et à sa renommée, ceci à l'encontre de :

- Monsieur [C] [O], commercialisant diverses gammes de produits sous le nom de 'Laguiole' par le biais d'un réseau de licences de marques, par ailleurs titulaire d'un important portefeuille de marques parmi lesquelles la marque verbale française 'Laguiole' et dix-sept marques semi-figuratives françaises, communautaires et internationales dont l'élément dominant est le nom 'Laguiole' et président du conseil d'administration de la société Laguiole SA,
- Monsieur [V] [O], titulaire de trois marques françaises semi-figuratives dont l'élément verbal 'laguiole' est l'élément prépondérant,
- la société Laguiole SA créée en 1991 (antérieurement dénommée GTI-GIL Technologies Internationales), dont le siège social est dans le [Localité 2], qui a pour objet l'import-export et la fabrication à terme, le négoce, la représentation, la commercialisation, toutes opérations de commission pour l'achat et la vente ainsi que le bail de licence; qui est titulaire de cinq marques françaises ayant pour élément dominant le nom 'Laguiole',
- la société Laguiole Licences SAS, créée en 2009 et dont le siège social est situé dans le Val de Marne, qui a pour activité le bail de licences ou de sous-licences sur les produits ou services de quelque nature que ce soit,
- la société Polyflame Europe SA, créée en 1995 et dont le siège social est situé dans le Val de Marne, qui a pour objet social l'achat, l'import-export, la représentation, le courtage et la vente sous toutes ses formes de tous articles et de tous produits de toute nature et, notamment, des produits textiles, briquets et articles pour fumeurs et dont le catalogue des 'produits Laguiole' de Polyflame est accessible sur son site www.polyflam.com et sur le site [www.\[01\].tm.fr](http://www.[01].tm.fr),
- la société Inovalk SAS, créée en 2009 et dont le siège social est en Seine-Saint-Denis, qui a pour activité la conception, la distribution, l'importation et l'exportation de mobilier d'extérieur, les commercialisant sous 'la marque Laguiole' présentée comme la propriété de Monsieur [C] [O], Président de Laguiole SA et les présentant sur son site internet [www.\[01\].tm.fr](http://www.[01].tm.fr) où, à l'instar des autres licenciés, le catalogue de vente est téléchargeable,
- la société Garden Max SAS (nom commercial : Cook'In Garden) créée en 2006 et dont le siège social est dans le Nord, qui a pour activité le négoce, la production et la commercialisation d'articles de loisir en tous genres et l'exploitation de brevets, commercialisant des barbecues et accessoires sous le nom de 'Laguiole' et mettant en ligne son catalogue sur le site [www.\[01\].tm.fr](http://www.[01].tm.fr),
- la société LCL Partner SARL, d'abord sous la forme d'une SAS inscrite au Registre du commerce de Saint-Etienne, dont le siège a été transféré en Loire-Atlantique sans radiation de l'inscription, qui a pour objet social toute activité ayant trait au commerce, au négoce, à l'intermédiation ou prestations de services, notamment mais pas exclusivement en matière internationale, commercialisant des chaussures de randonnée 'Laguiole' et présentant le catalogue de ses produits sur le site [www.\[01\].tm.fr](http://www.[01].tm.fr),
- la société Tendance Séduction SASU, créée en 2005 et dont le siège social est dans le Nord, qui a pour activité la commercialisation de produits cosmétiques et de bien-être (alimentaire et hygiène), qui distribue une gamme de parfums 'Laguiole' et dont le catalogue de produits est accessible sur le site [www.\[01\].tm.fr](http://www.[01].tm.fr),
- la société Simco Cash SARL, créée en 2006 et dont le siège social est situé à [Localité 13], qui a pour activité l'achat, la vente sous toutes ses formes, l'import, export de tous textiles, linges de maison, d'office, art de la table, de la maison,

prêt-à-porter homme, femme, enfant, accessoires de mode, accessoires de 'paris', l'achat, la vente sous toutes ses formes de tous produits alimentaires, liquides à l'exception des produits frais, qui commercialise des casseroles, des poêles et accessoires de cuisine sous un nom 'Laguiole' présenté comme 'Laguiole Innove la Tradition', le catalogue de ses produits étant en ligne sur le site [www.\[01\].tm.fr](http://www.[01].tm.fr)>,

- la société Lunettes Folomi SAS, créée en 1993 et dont le siège social est dans le Jura, qui a pour activité la création, fabrication, importation, exportation, achat, vente de tous articles de lunetterie et accessoirement tous articles ou objet quelconque qu'il plaira à la société d'exploiter, commercialisant différents modèles de lunettes sous la marque 'Laguiole' dont elle se présente comme le licencié exclusif dans le monde entier, le catalogue de ses produits étant en ligne sur les sites [www.\[02\].fr](http://www.[02].fr)> et [www.\[01\].tm.fr](http://www.[01].tm.fr)>,

- la société The Brands Company (TBC) SARL, créée en 2008 et dont le siège social est en Indre et Loire, qui a pour activité le commerce de gros, demi-gros et au détail de divers produits, qui distribue différentes gammes de vêtements et d'accessoires d'"outdoor" 'Laguiole', le catalogue de ses produits étant en ligne sur le site [www.\[01\].tm.fr](http://www.[01].tm.fr)>,

- la société Clisson SA, créée en 1982 et dont le siège social est situé dans les Deux-Sèvres, qui a pour activité le commerce de gros (commerce interentreprises) de céréales, de tabac, non manufacturés, de semences et d'aliments pour bétail, qui commercialise une gamme d'engrais et de produits phytosanitaires bio 'Laguiole', le catalogue de ses produits étant en ligne sur le site [www.\[01\].tm.fr](http://www.[01].tm.fr)>,

- la société de droit belge Byttebier Home Textiles créée en 1945 qui a pour activité la fabrication de textiles de linge de maison, qui commercialise en France et au Bénélux une ligne de linge de maison 'Laguiole', le catalogue de ses produits étant en ligne sur les sites www.byttebier-textiles.com> et [www.\[01\].tm.fr](http://www.[01].tm.fr)>,

Vu le jugement contradictoire rendu le 13 septembre 2012 par le tribunal de grande instance de Paris qui a, pour l'essentiel et sans prononcer l'exécution provisoire :

- débouté divers défendeurs à l'action de leurs demandes de rejet d'écritures et de pièces,

- débouté la commune de Laguiole de l'ensemble de ses demandes fondées sur la responsabilité quasi-délictuelle, pour références trompeuses et pour parasitisme, formées à l'encontre de tous les défendeurs,

- déclaré irrecevables les demandes en nullité des marques n° 93480 950, n° 93 491 857, n° 93 485 514, n° 94 544 784 et n° 93 491 857 formées par la requérante,

- déclaré forcloses les demandes en nullité pour atteinte à un droit antérieur de la commune de Laguiole pour les marques suivantes détenues, sauf une exception, par Monsieur [C] [O] :

* 'Laguiole', n° 97 674 962,

* 'les châteaux Laguiole', marque semi-figurative n° 98 762 002,

* 'Art de la Table Laguiole', marque semi-figurative n° 98 762 001,

* 'Baron Laguiole', marque semi-figurative n° 99 794 586,

* 'Laguiole, laguiole.tm.fr', marque semi-figurative n° 99 803 625,

* 'T'as de Laguiole tu sais' n° 3018 629 (détenue par la société Laguiole SA),

* 'Brasserie Laguiole', n° 3 136 619,

* 'Bistro Laguiole', n° 3 255 629,

* 'Laguiole', marque semi-figurative n° 3 263 291,

* 'Bistrot Laguiole', n° 3 263 288 (classes 29, 30 et 33) et n° 3 256 636 (classes 08 et 43),

* ' Les choses sûres Laguiole', marque semi-figurative n° 3 326 831,

- débouté la commune de Laguiole de ses demandes de nullité pour atteinte à son nom, à son image et à sa renommée des marques suivantes détenues, à l'exception de trois, par [C] [O] :

* 'Laguiole innove la tradition', n° 3 468 615,

* 'Laguiole Shopper', n° 3 468 616,

* 'Baron Laguiole', n° 3 518 815,

* 'Laguiole Cuisinier de Père en Fils', n° 3 614 716, enregistrée le 1er décembre 2008,

* 'Laguiole Cuisinier de Père en Fils', n° 3 568 289, enregistrée le 09 avril 2009,

* '[Adresse 11]', marque semi-figurative n° 3 402 440, enregistrée le 10 février 2009,

* 'Laguiole Generation' marque semi-figurative (détenue par [V] [O]),

* ' Laguiole', marque semi-figurative n° 3 628 607,

* 'Laguiole Le Jardinier', marque semi-figurative n° 3 633 406 (détenue par [V] [O]),

* 'Laguiole Premium', marque semi-figurative n° 3 642 134 (détenue par [V] [O]),

- débouté la commune de Laguiole de l'ensemble de ses demandes pour nullité des marques susvisées pour absence de caractère distinctif / pour indication de provenance trompeuse des produits et services / pour atteinte à l'ordre public / pour dépôt frauduleux,

- débouté la commune de Laguiole de l'ensemble de ses demandes en déchéance des droits des propriétaires sur toutes les marques invoquées pour usage trompeur,

- déclaré irrecevable la demande en déchéance des droits des propriétaires sur les marques litigieuses par la commune de Laguiole,

- dit sans objet les appels en garantie formés à l'encontre de Messieurs [C] et [V] [O] et des sociétés Laguiole SA et Laguiole Licences SAS,

- débouté l'ensemble des défendeurs de leurs demandes reconventionnelles pour procédure abusive,

- condamné la commune de Laguiole à verser, au titre de l'article 700 du code de procédure civile :

* la somme de 5.000 euros à Monsieur [C] [O], à Monsieur [V] [O], à la société Laguiole SA et à la société Laguiole Licence SAS, ceci au profit de chacun,

* la somme de 3.000 euros à la société Polyflame Europe SA, à la société Simco Cash SARL, à la société Folomi SAS, à la société Garden Max SAS, à la société Inovalk SAS, à la société LCL Partner SARL, à la société Tendance Séduction SASU, à

la société Clisson SA, à la société de droit belge Byttebier Home Textiles, à la société The Brand Company (TBC) SARL, ceci au profit de chacune, et à supporter les entiers dépens,

Vu l'appel interjeté par la commune de Laguiole le 15 novembre 2012 à l'encontre de l'ensemble des défendeurs à l'action,

Vu les dernières conclusions signifiées le 30 octobre 2013 par la commune de Laguiole, par lesquelles elle demande en substance à la cour, au visa des articles L 711-1 à L 711-4, L 712-1, L 714-3 alinéa 1er, L 714-5, L 714-6 du code de la propriété intellectuelle, L 120-1, L 121-1 du code de la consommation, 1382 du code civil :

- étant précisé qu'il a été acté par le greffier de l'audience, préalablement aux plaidoiries, qu'en suite de ses conclusions datées du 29 août 2013 signifiées par RPVA le 30 août 2013, elle persistait en sa demande tendant à voir constater qu'elle se désiste de son appel en tant que dirigé à l'encontre des sociétés Inovalk et Brands Company qui font toutes deux l'objet d'une procédure collective, avec, subséquemment, extinction de l'instance et dessaisissement de la cour,

Exposé du litige

- de considérer que l'ensemble des intimés se sont rendus coupables de pratiques commerciales trompeuses en utilisant le nom 'Laguiole', de nature à induire le consommateur en erreur sur l'origine des produits qu'ils commercialisent, de dire en conséquence que cette instrumentalisation du nom de la commune porte atteinte à son nom, son image et sa renommée, d'ordonner sous astreinte les mesures d'interdiction et de destruction d'usage, de dire que les marques enregistrées par Messieurs [C] et [V] [O] et par la société Laguiole SA créent une confusion avec le nom de la commune de Laguiole, qu'elles sont dépourvues du caractère distinctif nécessaire à leur validité au motif que le nom 'Laguiole' est constitutif d'une indication de provenance, qu'elles constituent une indication de provenance trompeuse, qu'elles portent atteinte au nom, à la renommée et à l'image de la commune, que leur dépôt est frauduleux et de prononcer en conséquence leur nullité en ordonnant à leurs titulaires de procéder à l'inscription du 'jugement à intervenir' au Registre National des Marques, ceci sous astreinte,

- subsidiairement, de prononcer la déchéance des droits de Messieurs [C] et [V] [O] ainsi que de la société Laguiole SA sur leurs marques pour usage trompeur et, plus subsidiairement, d'en prononcer la déchéance pour non usage,

- en conséquence et en réparation du préjudice qu'elle subit, de condamner :

* Monsieur [C] [O] à lui verser la somme de 680.000 euros,

* Monsieur [V] [O] à lui verser la somme de 120.000 euros,

* la société Laguiole SA à lui verser la somme de 700.000 euros,

* la société Polyflame Europe à lui verser la somme de 850.000 euros,

* la société Lunettes Folomi à lui verser la somme d'un million d'euros,

* chacune des sociétés Laguiole Licences SAS, Garden Max, LCL Partners, Tendance Séduction, Simco Cash, Clisson et Byttebier Home Textiles à lui verser la somme de 70.000 euros,

- de condamner 'solidairement' Monsieur [C] [O] et la société Laguiole SA à lui verser la somme d'un million d'euros en réparation du préjudice moral subi en raison de la création frauduleuse d'un monopole fondé sur le nom de la

commune, à son détriment et à celui de ses administrés, de la multiplication des procédures d'opposition à son encontre et de la réitération des atteintes sans égard pour les décisions 'l'ayant précédemment condamné',

- d'ordonner la publication d'un communiqué dans quatre organes de presse de son choix, aux frais des intimés et avec consignation sous astreinte d'une somme à cet effet qu'elle sera autorisée à prélever,

- de condamner 'solidairement' les intimés à lui verser la somme de 50.000 euros au titre de l'article 700 du code de procédure civile et à supporter les dépens,

Moyens

Vu les dernières conclusions signifiées le 11 décembre 2013 par Messieurs [C] et [V] [O] ainsi que par les sociétés Laguiole SA et Laguiole Licences SAS, par lesquelles ils demandent à la cour de déclarer la Commune de Laguiole irrecevable et, en tout cas, mal fondée en son appel, de l'en débouter, de confirmer le jugement dont appel, de la condamner à payer à chacun d'eux la somme de 20.000 euros au titre de l'article 700 du code de procédure civile, de déclarer les autres parties intimées irrecevables et, en tout cas, mal fondées en leurs demandes, de les en débouter et de 'les' condamner aux entiers dépens,

Vu les dernières conclusions signifiées le 12 avril 2013 par la société Polyflame Europe SA, par lesquelles elle demande en substance à la cour, au visa de l'article 2 de la Constitution, de la loi du 04 août 1994, des articles L 120-10 du code de la consommation, 1202 et 1382 du code civil, à titre principal de confirmer le jugement entrepris en ce qu'il a débouté la commune de Laguiole de ses demandes, à titre subsidiaire, de constater l'absence de pratiques commerciales trompeuses et d'actes de parasitisme par elle-même commis et de la débouter de ses demandes à ce titre, à titre plus subsidiaire de constater qu'elle ne rapporte pas la preuve de ses préjudices et de la débouter de ses demandes indemnitaires, à titre plus subsidiaire, de limiter la solidarité de la condamnation mise à sa charge au préjudice subi du seul fait des actes par elle commis, à titre d'appel incident, d'infirmier la décision entreprise en ce qu'elle a rejeté ses demandes reconventionnelles en constatant le caractère abusif de la procédure, en ordonnant la publication du 'jugement à intervenir' et en la condamnant à lui verser la somme indemnitaire de 50.000 euros, et, en tout état de cause, de condamner l'appelante à lui verser la somme de 20.000 euros au titre de l'article 700 du code de procédure civile et à supporter les entiers dépens,

Vu les dernières conclusions signifiées le 12 avril 2013 par la société Garden Max SAS, par lesquelles elle demande en substance à la cour, au visa des articles 31 et 122 du code de procédure civile, L 120-10 et L 121-1 du code de la consommation, L 711-1 et suivants du code de la propriété intellectuelle, 1202, 1315, 1382 et 1626 du code civil, in limine litis de constater le défaut de qualité à agir de la commune de Laguiole, de la déclarer irrecevable en son action et d'infirmier en conséquence le jugement ; à titre subsidiaire, de le confirmer en ses dispositions qui lui sont favorables ; à titre reconventionnel, de constater le caractère abusif de la procédure intentée à son encontre, de condamner l'appelante à lui verser la somme de 25.000 euros à ce titre outre celle de 15.000 euros au titre de l'article 700 du code de procédure civile ; à titre infiniment subsidiaire si la cour devait entrer en voie de condamnation, de condamner Messieurs [C] et [V] [O] et la société Laguiole SA à la relever indemne de toutes condamnations qui pourraient être prononcées à son encontre et, en application de la garantie d'éviction, d'ordonner la restitution des redevances depuis l'introduction de la présente instance, à savoir le 04 juin 2010,

Vu les dernières conclusions signifiées le 11 avril 2013 par la société LCL Partner SARL par lesquelles elle demande en

substance à la cour, au visa des articles L 120-10 et L 121-1 du code de la consommation, 1202 et 1382 du code civil et du Livre VII du code de la propriété intellectuelle, de confirmer le jugement, à titre reconventionnel de constater le caractère abusif de la procédure dirigée à son encontre et de condamner en conséquence l'appelante à lui verser la somme indemnitaire de 50.000 euros ; en tout état de cause, d'ordonner la garantie de Messieurs [C] et [V] [O] et des sociétés Laguiole SA et Laguiole Licences SAS de toute éventuelle condamnation, de condamner la commune de Laguiole au paiement de la somme de 15.000 euros au titre de l'article 700 du code de procédure civile ainsi qu'aux entiers dépens,

Vu les dernières conclusions signifiées le 11 avril 2013 par la société Clisson SA par lesquelles elle demande en substance à la cour, au visa des articles L 120-10 et L 121-1 du code de la consommation, 1202 et 1382 du code civil et du Livre VII du code de la propriété intellectuelle, de confirmer le jugement, à titre reconventionnel de constater le caractère abusif de la procédure dirigée à son encontre et de condamner en conséquence l'appelante à lui verser la somme indemnitaire de 50.000 euros ; en tout état de cause, d'ordonner la garantie de Messieurs [C] et [V] [O] et des sociétés Laguiole SA et Laguiole Licences SAS de toute éventuelle condamnation, de condamner la commune de Laguiole au paiement de la somme de 15.000 euros au titre de l'article 700 du code de procédure civile ainsi qu'aux entiers dépens,

Vu les dernières conclusions signifiées le 11 avril 2013 par la société de droit belge Byttebier Home Textiles par lesquelles elle demande en substance à la cour, au visa des articles L 120-10 et L 121-1 du code de la consommation, 1202 et 1382 du code civil et du Livre VII du code de la propriété intellectuelle, de confirmer le jugement, à titre reconventionnel de constater le caractère abusif de la procédure dirigée à son encontre et de condamner en conséquence l'appelante à lui verser la somme indemnitaire de 50.000 euros ; en tout état de cause, d'ordonner la garantie de Messieurs [C] et [V] [O] et des sociétés Laguiole SA et Laguiole Licences SAS de toute éventuelle condamnation, de condamner la commune de Laguiole au paiement de la somme de 15.000 euros au titre de l'article 700 du code de procédure civile ainsi qu'aux entiers dépens,

Vu les dernières conclusions signifiées le 11 avril 2013 par la société Tendance Séduction SASU, par lesquelles elle demande en substance, au visa des articles L 120-10 et L 121-1 du code de la consommation, 1202 et 1382 du code civil et du Livre VII du code de la propriété intellectuelle, de confirmer le jugement, à titre reconventionnel de constater le caractère abusif de la procédure dirigée à son encontre et de condamner en conséquence l'appelante à lui verser la somme indemnitaire de 50.000 euros ; en tout état de cause, d'ordonner la garantie de Messieurs [C] et [V] [O] et des sociétés Laguiole SA et Laguiole Licences SAS de toute éventuelle condamnation, de condamner la commune de Laguiole au paiement de la somme de 15.000 euros au titre de l'article 700 du code de procédure civile ainsi qu'aux entiers dépens,

Vu les dernières conclusions signifiées le 12 avril 2013 par la société Simco Cash SARL, par lesquelles elle demande en substance à la cour, au visa des articles L 121-1 du code de la consommation, 1382 du code civil et du Livre VII du code de la propriété intellectuelle, de confirmer le jugement en ses dispositions qui lui sont favorables, de le réformer en ce qu'il l'a déboutée de sa demande indemnitaire reconventionnelle pour procédure abusive, de condamner la commune

de Laguiole à lui verser la somme de 20.000 euros à ce titre, outre celle de 15.000 euros au titre de l'article 700 du code de procédure civile et à supporter tous les dépens ; à titre subsidiaire, d'ordonner la garantie de Messieurs [C] et [V] [O] et des sociétés Laguiole SA et Laguiole Licences SAS de toute éventuelle condamnation,

Vu les dernières conclusions signifiées le 17 décembre 2013 par la société Lunettes Folomi SAS, par lesquelles elle demande en substance à la cour de confirmer le jugement, sauf en ce qu'il a jugé que la commune de Laguiole avait intérêt à agir à son encontre en recherchant sa responsabilité sur le fondement de pratiques commerciales trompeuses et d'agissements parasitaires et en ce qu'il l'a déboutée de sa demande indemnitaire reconventionnelle ; de statuer à nouveau, de débouter l'appelante de ses entières demandes dirigées à son encontre et tendant à l'annulation des marques litigieuses, d'ordonner, à titre reconventionnel, une mesure de publication, de condamner l'appelante à lui verser la somme de 50.000 euros en raison de l'abus de procédure ; à titre subsidiaire et dans l'hypothèse où la cour entrerait en voie de condamnation, de condamner la société Laguiole SA à la relever et garantir de toutes condamnations prononcées à son encontre, ; à titre subsidiaire et dans l'hypothèse où la cour prononcerait la nullité ou la déchéance des marques données en licence, de condamner la société Laguiole SA à lui restituer les redevances versées depuis l'acte introductif d'instance, soit un montant de 108.386,10 euros de juin 2010 à décembre 2010, outre celle de 10.610.026 euros (sauf à parfaire) correspondant à la marge brute moyenne par elle perdue jusqu'au terme du contrat de licence ; en tout état de cause, de condamner la commune de Laguiole à lui verser la somme de 15.000 euros par application de l'article 700 du code de procédure civile et à supporter tous les dépens,

Vu les articles 455 et 954 du code de procédure civile,

Motivation

SUR CE,

Sur le désistement partiel d'appel

Considérant que la commune de Laguiole persiste en sa demande tendant à voir constater qu'elle se désiste de l'appel interjeté le 15 novembre 2012 à l'encontre de deux sociétés intimées ayant fait l'objet de procédures collectives, à savoir : la société à responsabilité limitée Brands Company et la société par actions simplifiée Inovalk ;

Que par l'effet de ce désistement, l'instance s'est éteinte à l'égard de la société Brands Company qui n'a pas formé appel incident ainsi qu'à l'égard de la société Inovalk qui n'a pas constitué ;

Qu'il convient, par conséquent, de constater le dessaisissement partiel de la cour, celle-ci restant saisie de l'appel formé par la commune de Laguiole dirigé contre les autres intimés ;

Sur les fins de non-recevoir opposées à la commune de Laguiole

Considérant que les sociétés Lunettes Folomi et Garden Max reprochent au tribunal d'avoir considéré que la commune de Laguiole avait intérêt et qualité à agir en renvoyant indistinctement à la 'figure' de la responsabilité civile quasi-délictuelle, sans qualifier précisément les prétentions de celle-ci alors qu'il était invité à le faire, et d'avoir pris argument du fait que 'nul autre n'aurait pu agir à sa place' alors qu'il est des situations qui n'ouvrent aucune voie de droit ;

Que, stigmatisant les revirements de prétentions et d'argumentation de la commune de Laguiole en cours de procédure, la société Folomi fait valoir que l'action tend à voir réparer des comportements supposant la lésion des intérêts de consommateurs ou des concurrents ou encore l'appauvrissement d'un opérateur économique, que la commune de Laguiole ne peut défendre qu'un intérêt communal, strictement défini, et ne saurait, par référence aux intérêts privés d'entreprises concurrentes (non identifiées) des défendeurs à l'action, justifier de quelques intérêt ou qualité à agir ; qu'elle observe que la commune de Laguiole, sans intérêt ou qualité à agir comme agent économique, peine à établir la nature du préjudice dont elle poursuit la réparation, invoquant évasivement un préjudice moral et que, si elle excipe désormais d'une atteinte à ses droits extrapatrimoniaux sur son nom, elle n'en évalue pas moins son préjudice en considération des économies réalisées par les défendeurs, soit par référence à un prétendu patrimoine propre ;

Que la société Max Garden conclut dans le même sens, ajoutant que la commune de Laguiole ne démontre pas en quoi les défendeurs à l'action auraient porté atteinte à son honneur et à sa considération du fait de l'utilisation de son nom et que, pour ce qui la concerne, cette commune ne dispose d'aucune notoriété particulière s'agissant des barbecues ;

Que la société Folomi conteste également sa propre qualité à défendre en soutenant qu'à tort l'appelante fait masse des faits générateurs de responsabilité imputés aux intimés présentés comme une entité indivisible ainsi que d'un préjudice qui n'est que ventilé artificiellement ;

Considérant, ceci rappelé, qu'une collectivité territoriale telle une commune porte un nom qui constitue un élément d'identité assimilable au nom d'une personne physique et qu'il ne saurait être contesté qu'elle a qualité et intérêt à agir pour voir sanctionner les initiatives de tiers qui, par l'usage qu'ils en font, notamment à la faveur d'une exploitation commerciale qu'elle estime injustifiée, sont susceptibles de porter atteinte à sa réputation ou à son image de marque ;

Que la commune de Laguiole fait à cet égard valoir qu'elle ne se positionne aucunement en qualité de victime de pratiques commerciales trompeuses, réservées aux consommateurs ou aux professionnels, qu'elle ne se réfère aucunement aux intérêts privés des entreprises situées sur son territoire mais qu'elle entend voir réparer le préjudice que lui cause l'utilisation illégitime de son identité ;

Que l'appréciation du mode d'évaluation du préjudice qu'elle déclare avoir subi du fait de 'l'instrumentalisation' de son nom, de son image et de sa notoriété à partir d'une expertise économique qu'elle a fait réaliser par le cabinet Sorgem Evaluation ressortent du fond du litige, à l'instar de l'atteinte que pourraient porter à sa réputation les produits commercialisés par la société Garden Max ;

Que, s'agissant de la qualité à défendre de la société Folomi qui ne conteste pas commercialiser de lunettes griffées 'Laguiole', les conclusions de l'appelante révèlent qu'elle ne fait pas masse, comme elle le prétend, des faits générateurs de responsabilité mais incrimine très précisément les faits qu'elle estime susceptibles d'engager sa responsabilité et, en particulier, son discours publicitaire faisant notamment référence à l'histoire de la commune et à son 'célèbre couteau aveyronnais' ou son discours commercial qui recourt à des photographies des plateaux de l'Aubrac et que la ventilation du préjudice dont elle demande réparation à chacun des intimés, selon des quantums différents, ne peut être qualifiée d'artificielle ;

Que ces fins de non-recevoir ne sauraient donc être accueillies et que le jugement doit être confirmé à ce titre ;

Sur les pratiques commerciales trompeuses incriminées

Considérant que la commune de Laguiole, invoquant indifféremment les dispositions des articles L 120-1 et L 121-1 du code de la consommation, soutient que l'association du nom 'Laguiole' à de multiples références à l'histoire de la commune, à son environnement rural caractéristique, aux laguiois célèbres, à son artisanat, et à son savoir-faire ou encore à des matériaux caractéristiques de la région d'Aubrac, est propre à créer une indication de provenance trompeuse des produits désignés sous ce nom ; que force est selon elle de constater, eu égard aux éléments apparaissant dans les catalogues de vente des intimés ainsi que sur le site et qu'elle détaille d'abondance dans ses écritures, que le nom 'Laguiole' n'est pas utilisé comme une marque commerciale mais comme une indication de provenance trompeuse et, à tout le moins, destiné à créer un rapport certain entre la commune et les produits du même nom, de sorte que son nom est manifestement instrumentalisé à des fins de tromperie du consommateur et que la cour doit en conséquence considérer que l'usage qui en est fait porte indubitablement atteinte à son nom, à son image et à sa

renommée ;

Qu'elle invoque deux précédents qui ont, à son sens, reconnu 'la notoriété nationale de l'image de la commune de Laguiole', s'agissant des motifs d'un arrêt rendu par la cour d'appel de Montpellier, le 12 juin 2007, énonçant que 'si la ville avait sa propre réputation notamment par sa célèbre coutellerie depuis le début du XIXème siècle, son nom restait synonyme tant d'artisanat que d'excellents produits du terroir et gardait une dimension régionale qui est devenue nationale' et de ceux de décisions rendues le 29 juin 2011 par la division d'annulation de l'OHMI (par elle saisie aux fins d'annulation des marques communautaires semi-figuratives 'Laguiole' dont est titulaire Monsieur [C] [O]) qui énonce, en ses points 30 puis 36, que 'le nom de la ville est associé à un imaginaire rural positif véhiculant une connotation de qualité liée à l'artisanat et aux produits du terroir, ces trois notions étant associées dans l'imaginaire au couteau laguiole, lequel est un couteau de berger portant souvent une plaque triangulaire en forme d'abeille ou de mouche sur la garde (...)';

Qu'elle précise que, forte des enseignements de ces dernières décisions qui ont retenu sa carence dans l'administration de la preuve de tromperie en suggérant une enquête, elle a fait réaliser un sondage par l'institut TNS-Sofres (daté du 04 mai 2010, pièce 27) et considère qu'à tort, le tribunal en a tiré la conséquence qu'elle ne faisait pas la démonstration de sa notoriété alors qu'il révélait que 47 % des individus âgés de plus de 15 ans déclaraient avoir entendu parler de cette petite collectivité de 1.300 habitants ou que, pour 92 %, ce nom évoquait un artisanat traditionnel spécifique ; qu'elle estime que l'appréciation in concreto du message trompeur procède d'un raisonnement erroné du tribunal dès lors que la lettre de l'article L 121-1 précité 'appréhende les messages susceptibles de tromper le consommateur' ;

Qu'elle ajoute que quand bien même la cour se livrerait à une semblable appréciation, un consommateur sur deux est trompé par les agissements des défendeurs (qu'elle envisage distinctement et précisément), ainsi que vient en attester une enquête par sondage diligentée par Panel Web dont les résultats ont été recoupés avec ceux d'une étude réalisée via le réseau social Facebook par Prositeweb (pièces 39) ;

Considérant, ceci exposé, que les demandes contenues dans le dispositif des dernières conclusions de l'appelante - qui constituent, selon l'article 954 du code de procédure civile, les seules prétentions sur lesquelles la cour doit statuer - sont ainsi formulées :

'dire et juger que (les intimés) se sont rendus coupables de pratiques commerciales trompeuses de nature à induire en erreur le consommateur' que 'l'utilisation trompeuse du nom 'Laguiole' à cette fin induit les consommateurs en erreur sur l'origine des produits commercialisés par les intimés' et, en conséquence, que 'cette instrumentalisation porte atteinte à son nom, à son image et à sa renommée' ;

Qu'il y a lieu de relever que l'article L 120-1 du code de la consommation invoqué dispose :

'Les pratiques commerciales déloyales sont interdites. Une pratique commerciale est déloyale lorsqu'elle est contraire aux exigences de la diligence professionnelle et qu'elle altère, ou est susceptible d'altérer de manière substantielle, le comportement économique du consommateur normalement informé et raisonnablement attentif et avisé, à l'égard d'un bien ou d'un service' ;

Que ce article se présente comme un article de portée générale, introduisant deux chapitres consacrés, le premier, aux pratiques commerciales réglementées, le second, aux pratiques commerciales illicites, et que, sous le premier de ces chapitres, sont successivement envisagés les pratiques commerciales trompeuses, la publicité, les ventes de biens et prestations de fournitures à distance, le démarchage, les ventes directes, les ventes et prestations avec primes, les loteries publicitaires, etc... ;

Que les éléments constitutifs de chacune de ces catégories, leur champ d'application ou encore leurs sanctions font l'objet de dispositions spéciales et, s'agissant des faits dont la cour est précisément saisie en l'espèce, de celles de l'article L 121-1 du même code aux termes duquel :

'Une pratique commerciale est trompeuse si elle est commise dans l'une des circonstances suivantes :

1° Lorsqu'elle crée une confusion avec un autre bien ou service, une marque, un nom commercial, ou un autre signe distinctif d'un concurrent ;

2° Lorsqu'elle repose sur des allégations, indications ou présentations fausses ou de nature à induire en erreur et portant sur l'un ou plusieurs des éléments suivants :

(...) b) les caractéristiques essentielles du bien ou du service, à savoir : ses qualités substantielles, sa composition, ses accessoires, son origine, sa quantité, son mode et son procédé de fabrication, les conditions de son utilisation et son aptitude à l'usage, ses propriétés et les résultats attendus de son utilisation, ainsi que les résultats et les principales caractéristiques des tests et contrôles effectués sur le bien et le service' ;

Qu'il s'en déduit qu'à juste titre et de la même façon les sociétés LCL Partners, Clisson, Buttebier, Tendance Seduction ou encore la société Folomi - évoquant notamment, mutatis mutandis, une décision communautaire (CJCE, 19 janvier 2006) - contestent la présentation de la commune Laguiole qui affirme que pour que pour engager la responsabilité des intimés 'il n'est pas nécessaire d'établir qu'un consommateur ait été effectivement trompé puisque l'appréciation de la tromperie s'effectue in abstracto et non pas in concreto' ;

Qu'en effet, l'article L 121-1 précité, applicable aux faits précisément incriminés, exige, pour la qualification d'une pratique commerciale trompeuse, la création d'une confusion et non point d'un risque de confusion ;

Qu'il appartient, par conséquent, à la commune de Laguiole de démontrer que l'acte d'achat d'un nombre significatif de consommateurs des produits commercialisés par les intimés est déterminé par les pratiques commerciales qu'elle dénonce et qui consistent à les tromper par des allégations, indications ou présentations erronées quant à leurs caractéristiques essentielles ;

Que cela suppose, ainsi que le font en particulier valoir les consorts [O], les sociétés Laguiole ou la société Polyflame, que pour une partie significative du public, le nom de Laguiole bénéficie d'une réputation pour les produits exploités sous les marques 'Laguiole' en litige ou évoque, pour lui, une image positive de cette commune rurale d'où ces produits proviendraient ;

Que ces mêmes intimés doivent être suivis lorsqu'ils affirment que les considérants 30 et 36 des décisions de la division d'opposition de l'OHMI cités par l'appelante doivent être complétés et que l'Office précise, dans le 29ème considérant de ces mêmes décisions, que 'la ville de Laguiole n'est pas la seule à jouir d'une certaine renommée pour les couteaux 'laguiole, concluant, au considérant 37, que 'la ville de Laguiole est un lieu de production de couteaux de qualité (...); elle dispose également d'une AOC pour le fromage (...) la ville de Laguiole ne jouit pas d'une réputation pour d'autres produits ou services' ;

Que l'appelante étaye, certes, son moyen en produisant des sondages et se prévaut, en particulier, des résultats de celui qui a été diligenté par l'Institut TNS Sofres, selon elle mal interprété par le tribunal puisqu'il en ressort que 47 % des sondés, soit près d'une personne sur deux d'un échantillonnage représentatif de la population française, dit connaître la commune de Laguiole, ce qui constitue un résultat très fort en regard de la population laguiole (soit 1.311 habitants selon le dernier recensement) ; qu'elle y ajoute que d'après le cabinet d'expertise Sorgem, la dénomination 'Laguiole' n'est pas massivement présente dans la grande distribution et en conclut que, dans ce contexte, la commune de Laguiole bénéficie d'une notoriété indiscutable qui transcende le seul domaine de la coutellerie ;

Que, toutefois, tant les motifs du jugement que l'argumentation adverse tendent, semblablement et avec pertinence, à démontrer que les résultats de ces sondages doivent être accueillis avec la plus grande circonspection ;

Qu'en effet, le sondage réalisé par l'Institut TNS-Sofres n'ajoute rien au trentième considérant des décisions de l'[1] précitées puisque si 47 % des sondés âgés de 15 ans et davantage déclarent avoir entendu parler de la commune de Laguiole, pour 92 % ce nom évoque un couteau et pour 18 % un fromage, les deux autres items évoqués (la fouace pour 5 % et l'orgue basaltique pour 3 %) ne concernant pas les produits litigieux ;

Que, par ailleurs, la société Folomi peut légitimement s'interroger, comme elle le fait, sur la pertinence et la représentativité du sondage effectué en février 2012 par Prositweb (pièce 39-2) sur le réseau social Facebook en relevant que seules 82 personnes ont répondu et que leur identité n'est pas connue, suggérant qu'ont très bien pu répondre des administrés de la commune et qu'en tout cas l'opacité de ce sondage ne permet pas de garantir l'impartialité de ses résultats ;

Qu'enfin et s'agissant de l'étude que la commune de Laguiole a fait réaliser en janvier 2012, explique-t-elle, par Panel Web (pièce 39- 1) afin de découvrir les associations éventuelles entre elle-même et les produits, l'appelante ne peut être suivie lorsqu'elle affirme que le tribunal, acquiesçant à l'argumentation unanime des défendeurs à l'action, s'est mépris en considérant que la présentation qui était faite des produits faussait la réelle perception du consommateur devant un produit en situation d'achat et constituait, dans ces conditions, une présentation tendancieuse de la question pour affirmer que le consommateur en situation d'achat est fréquemment celui qui consulte préalablement un catalogue et que les enquêtes se sont bornées à associer à un produit donné sa propre communication commerciale ;

Que force est effectivement de relever qu'outre le mode de présentation des questions - fermées et non point ouvertes, et selon un ordre biaisé qui conduit à placer la seule question pertinente (' ce produit provient de la commune de Laguiole ' : d'accord / pas d'accord') à la fin de leur série de questions, ainsi que le souligne la société Folomi qui relève également qu'aurait dû entrer en ligne de compte le nombre important de personnes ne s'étant pas prononcées ou ayant rendu un questionnaire incomplet - le fait que les questions ont été posées à un public de plus de 35 ans en lui présentant des visuels des produits auxquels étaient associés des extraits de l'argumentaire commercial des sociétés

licenciées ou une documentation parcellaire les concernant légitime la critique de Messieurs [O] et des sociétés Laguiole selon lesquels les supports présentés aux personnes sondées ne correspondent pas à la réalité mais à un montage réalisé par la société Promise Consulting qui discrédite les résultats obtenus ;

Qu'à titre exemplatif, il peut être relevé que les données fournies relatives à la société Folomi qui commercialise des lunettes marquées 'Laguiole' ne comprenaient pas les informations relatives à son implantation géographique, à savoir le Jura, berceau de la lunetterie en France et qu'il peut être considéré que cette omission a pu influencer sur les réponses obtenues ;

Qu'à titre d'exemple, toujours, la société Simco-Cash fait valoir que, pour accompagner le visuel du 'faitout', la société de sondage a utilisé un argumentaire de vente sur la légende locale mentionnant la ville de Laguiole (d'ailleurs absent des catalogues de produits versés par l'appelante, pièces 16-11 et 6-1) qui leur était totalement étranger ;

Que la conclusion de Messieurs [O] et des sociétés Laguiole selon laquelle il n'est pas vraisemblable que le consommateur moyen puisse envisager que des produits tels que les tondeuses à gazon, barbecues, casseroles, briquets, stylos proviennent de la commune de Laguiole ou qu'ils y soient conçus invite la cour à rechercher les facteurs pertinents propres à chacun des intimés que met en exergue la commune de Laguiole pour affirmer qu'au contraire, les pratiques commerciales qu'elle dénonce ont conduit le consommateur à se tromper ;

' sur la mise en cause de la responsabilité de Monsieur [C] [O], de Monsieur [V] [O] et des sociétés Laguiole SA et Laguiole Licences SAS

Considérant que la commune de Laguiole fait valoir que les contrats de licence de marques (dont les trois premiers de ceux-ci sont titulaires) leur confient indistinctement la validation du discours commercial des licenciés, chacun contribuant ainsi à la diffusion de messages de nature à tromper le public, de sorte que la responsabilité personnelle de chacun de ces intimés se trouve engagée ;

Que la société Laguiole SA qui édite une brochure de présentation de la marque 'Laguiole' mise en ligne sur le site sous le titre générique 'Laguiole ® 'surmonté du dessin d'une abeille en multipliant les références géographiques et les possessifs (tels : ' une marque patronymique', 'notre région', 'nos légendes, rumeurs et traditions', 'le vaste plateau basaltique de l'Aubrac sur lequel se situe Laguiole') s'approprie l'histoire de la commune confondue avec celle du couteau pour créer un lien trompeur avec ses produits qui incitera le consommateur à voir dans ces références la preuve de leur origine ;

Mais considérant qu'ainsi qu'énoncé précédemment et sans que les sondages produits par l'appelante permettent d'en juger autrement, la réputation du terme 'laguiole' tient aux produits précis que sont le couteau et le fromage qui tirent leur nom de celui de la commune et qu'il n'est pas démontré qu'à la lecture de ce catalogue le consommateur ait été trompé sur l'origine géographique de la multitude de produits de toutes natures revêtus des marques comprenant le terme 'Laguiole' en pensant qu'ils proviennent tous d'une petite commune rurale de quelques 1.300 âmes ;

Qu'il n'est même pas établi qu'il fasse un lien entre les couteaux commercialisés sous le nom de laguiole et cette origine géographique précise puisque les intimés rapportent la preuve, notamment au moyen d'un extrait de l'émission Capital diffusée sur la chaîne de télévision M6 (pièce 4-1) que 'les neuf dixièmes des laguioles ne sont pas fabriqués dans l'Aveyron' et 'qu'avec 20.000 couteaux fabriqués chaque année à Laguiole, la production de [Localité 14] ne représente même pas 0,5 % de la production mondiale de laguioles ... les principaux centres de fabrication, abeille comprise, se trouvent en effet en Chine et au Pakistan' ;

Qu'enfin, s'il est vrai que ces intimés incluent dans leur communication des éléments renvoyant à l'Aubrac, il ne peut être considéré que cette évocation, qui n'est d'ailleurs pas celle de la commune demanderesse à l'action, réponde aux exigences légales précitées permettant de caractériser les pratiques commerciales trompeuses dont la commune de Laguiole poursuit la reconnaissance ;

Qu'en effet, celles-ci doivent reposer 'sur des allégations, indications ou présentations fausses ou de nature à induire en erreur et portant sur l'un ou plusieurs des éléments suivants : (...) b) les caractéristiques essentielles du bien ou du service, à savoir : ses qualités substantielles, sa composition, ses accessoires, son origine, sa quantité, son mode et son procédé de fabrication, ...' et que tel n'est pas le cas en l'espèce, le tribunal ayant justement relevé que la conclusion du rappel historique litigieux dissipe toute ambiguïté sur l'industrie coutelière de nos jours, précisant : 'il n'y a pas de vrais ou de faux Laguiole, il n'existe pas de vrais et de faux fabricants, des couteaux de qualité ou de valeur médiocre, des sites de production aussi bien à Laguiole depuis 1981, à Thiers que des sites étrangers, citons : l'Espagne, le Pakistan et la Chine' ;

Que le jugement doit, par conséquent, être confirmé en ce qu'il a considéré que ces éléments de communication ne véhiculaient pas un discours trompeur sur l'origine réelle des produits commercialisés sous la marque 'Laguiole' ;

' sur la mise en cause de la responsabilité de la société Polyflame Europe

Considérant que, reprenant l'argumentation développée en première instance et critiquant point par point la motivation des premiers juges qui, selon elle, ont à tort bâti leur raisonnement sur le postulat erroné d'une absence de notoriété, l'appelante reproche d'abord à cette société de commercialiser des produits dont la majorité n'est pas originaire du territoire français sous une prétendue marque unique 'Laguiole' en émaillant son catalogue 2010 de trompeuses références à la localisation de la commune de Laguiole, relevant en particulier que parmi 103 produits figurant dans son catalogue, 78 portent des noms renvoyant à des lieux français situés sur le territoire ou à proximité de la commune de Laguiole, ajoutant qu'elle associe son nom à l'environnement naturel de la commune ;

Qu'elle illustre son propos en se référant à un plateau à fromages, faisant valoir qu'il est vendu avec un couteau reprenant toutes les caractéristiques du couteau laguiole et supportant sur son emballage une citation du général de Gaulle (' comment voulez-vous gouverner un pays où il existe 258 variétés de fromages') ce qui donne à penser qu'il s'agit d'un produit français ; qu'en outre est inscrit sur ce plateau le nom Laguiole accompagné du logo de l'abeille ; qu'elle critique le jugement en ce qu'il a notamment considéré qu'elle ne pouvait s'approprier le nom d'un fromage lorsqu'il est inscrit sur un plateau à fromages avec d'autres noms de ce produit ;

Qu'elle fait, de plus, valoir que le produit lui-même ne supporte aucune indication sur son origine, que l'examen de son emballage permet de découvrir, quasi-illisible, une provenance 'PRC', qu'il s'agit là d'un 'artifice stylistique' pour dissimuler un produit 'made in China' et égarer le consommateur ; que le tribunal s'est, à son sens, encore mépris en prenant pour référence un consommateur susceptible de comprendre cette indication d'origine plus qu'avisé et habitué à la communication commerciale ;

Qu'elle ajoute que la société Polyflame utilise dans un but de tromperie le terme 'domaine Laguiole' pour désigner des tire-bouchon et des couteaux qui renvoie au domaine de la commune, en usant, qui plus est, de la formule 'appellation contrôlée' pour le plateau à fromages qui renvoie à l'AOC du fromage Laguiole (obtenue en 1961) fabriqué avec du lait de vache cru et entier ; que, contrairement à la motivation du tribunal selon laquelle le terme 'domaine' renvoyait au monde de la viticulture, l'emploi de ce mot associé à la mention 'appellation contrôlée Laguiole' révèle l'intention de renvoyer le consommateur au fromage Laguiole AOC ;

Qu'elle conclut en estimant que le catalogue 2011/2012 constitue la meilleure preuve de ce qu'elle avance puisqu'il comprend, en pages 3 et 27, deux illustrations regroupant des produits semblant posés sur l'herbe à côté desquels est planté un rustique panneau indicateur sur lequel est inscrit le mot Laguiole ;

Considérant, ceci rappelé, que l'argumentation de la commune de Laguiole se fonde, pour une bonne part, sur une prémisse dont il a été considéré plus avant qu'elle ne pouvait être retenue, à savoir la notoriété du nom de la commune auprès d'une part significative de consommateurs ; qu'il en va a fortiori de même de la plupart des 78 indications géographiques par elle relevées dans le catalogue (tels : [Localité 16], [Localité 18], Naucelle, La Selve, Boisse-Penchat, ...), la société Polyflame objectant justement que si ces noms peuvent évoquer pour des autochtones ou certaines personnes lesdits lieux et/ou communes, ils n'évoquent en rien la commune de Laguiole qui n'a pas de légitimité à revendiquer des droits sur ces dénominations ;

Qu'il en résulte que, par motifs pertinents et particulièrement circonstanciés que la cour fait siens, le tribunal a pu considérer que la mention de ces divers lieux, destinée à compléter le référencement des nombreux produits commercialisés par la société Polyflame, ne pouvait être considérée, du fait de la connaissance très marginale que pourrait en avoir un consommateur, comme une allégation, indication ou présentation de nature à l'induire en erreur, de la même façon qu'il a énoncé que la mention 'PRC' permettait de l'informer sur le lieu de fabrication chinois du produit, la société Polyflame qui précise qu'elle exerce une activité de grossiste ajoutant qu'il s'agit d'une mention licite qui ne saurait être qualifiée de trompeuse ;

Que le tribunal a, de plus, justement considéré, selon des motifs propres et adoptés, que l'indication du nom du fromage Laguiole jouxtant ceux de fromages mondialement connus (camembert, roquefort, comté ou autre reblochon) n'a rien d'incongru, la présence de l'abeille renvoyant à l'élément figuratif de la marque enregistrée, que, par ailleurs, l'usage du terme 'domaine' renvoyait à l'univers viticole, l'association du terme 'appellation contrôlée' pouvant être considérée, ainsi qu'expliqué par la société Polyflame, comme suggérant la destination des tire-bouchons qu'elle commercialise, à savoir déboucher des bouteilles de vin d'appellation contrôlée ;

Qu'étant relevé que si le catalogue 2011/2012 reproduit dans deux vignettes une miche de pain accompagnée d'un couteau à pain et des articles de coutellerie commercialisés par l'intimée au pied d'un panneau indicateur 'Laguiole' cette présentation ne peut être considérée comme une appropriation fautive du nom de la commune dès lors que le

consommateur ne fera pas de lien entre une miche de pain et la commune et que ce panneau peut tout aussi bien servir à rappeler la marque sous laquelle ces produits sont vendus, il ya lieu de considérer que les premiers juges en ont justement déduit qu'aucune pratique commerciale trompeuse ne pouvait être reprochée à la société Polyflame ;

' sur la mise en cause de la responsabilité de la société Garden Max

Considérant que le seul grief articulé en appel à l'encontre de cette société dont l'appelante rappelle qu'elle a son siège social dans le département du Nord est de commercialiser des barbecues 'Laguiole' en utilisant une communication de nature à tromper le consommateur sur les matériaux qu'elle utilise pour la fabrication de ses produits ;

Que, ce faisant, elle s'abstient d'évoquer les motifs du jugement qui, pour considérer qu'aucune pratique trompeuse ne pouvait être retenue, a énoncé, par des motifs que la cour adopte, que la tromperie incriminée n'était nullement établie, étant ajouté que rien ne permet d'affirmer qu'une part significative des consommateurs associe au nom Laguiole la fabrication de barbecues ou des matériaux destinés à leur fabrication ; qu'aucune faute n'est par conséquent démontrée ;

' sur la mise en cause de la responsabilité de la société LCL Partner SARL

Considérant que la commune de Laguiole soutient d'abord que si cette société a rompu son contrat de licence l'unissant à Monsieur [O], il n'en reste pas moins qu'elle ne justifie pas de la destruction de ses stocks et de la cessation de la commercialisation de ses produits ; qu'en toute hypothèse, le constat d'huissier des 22 et 23 février 2010 révèle qu'elle était toujours licenciée à cette date et qu'elle doit répondre de ses agissements passés ;

Qu'elle lui reproche de commercialiser des chaussures de marche et de trekking sous la marque Laguiole en se référant constamment à l'environnement naturel et sauvage de la commune dont les circuits bénéficient, expose-t-elle, d'une véritable notoriété, et en utilisant l'abeille qui est un symbole de confiance, ceci dans le dessein de tromper le consommateur sur leur origine ;

Considérant que si cette société fait état du défaut de renouvellement du contrat de licence à la date de son expiration, en 2008, elle ne conteste pas la présence de ses produits sur le site constatée par l'huissier - si ce n'est pour dire qu'elle n'exerçait aucun contrôle éditorial - ni ne démontre, par des documents telles des pièces comptables, que la commercialisation des produits incriminés avait cessé dans le délai de prescription de l'action, de sorte que sa demande de mise hors de cause (qui n'est, au demeurant, pas reprise dans le dispositif de ses écritures) ne saurait être accueillie ;

Que la société LCL Partners doit, en revanche, être suivie lorsqu'elle fait valoir qu'elle utilise le terme 'Laguiole' à titre de marque, en y associant toujours le symbole ® propre à informer le consommateur que ce terme, utilisé dans sa fonction de marque lui garantit l'origine commerciale du produit, et que la commune de Laguiole, dont le nom évoque prioritairement le couteau éponyme qui constitue un terme générique insusceptible d'appropriation, ne peut valablement revendiquer une 'véritable notoriété' sur ses chemins de randonnée, pas plus qu'une réputation particulière

sur des chaussures ;

Que le grief de tromperie avérée ne peut, dans ces conditions, prospérer ;

' sur la mise en cause de la responsabilité de la société Clisson SA

Considérant que la commune de Laguiole fait grief à cette société, qui commercialise sous la marque 'Laguiole' - semblant correspondre, selon elle, a minima à la marque 'Laguiole le jardinier' dont Monsieur [V] [O] est titulaire - de l'engrais, de faire de ce terme une indication de provenance en 'martelant' tout au long de son catalogue les termes 'produits de la terre', 'terreau', 'agriculture biologique', 'fumier', 'engrais' ; qu'au soutien de son moyen, elle excipe de la reconnaissance de la fertilité des terres laguioles et, en particulier, de la qualité de son humus qui contribuent au prestige de la commune, reprochant à la société Clisson d'associer ces termes issus du champ lexical de l'agriculture à une marque dont l'élément dominant est 'Laguiole' ;

Mais considérant que si l'appelante peut tirer de la décision de l'OHMI la reconnaissance de la commune de Laguiole comme participant à l'imaginaire rural français, c'est à juste titre que la société Clisson objecte qu'aucune notoriété ne s'attache précisément aux terres laguioles et que les premiers juges ont, à juste titre, considéré qu'elle ne pouvait raisonnablement se prévaloir d'une tromperie en invoquant le lien que le consommateur établirait entre ces termes communément utilisés pour vendre de tels produits qui sont offerts à la vente sous la marque concédée en licence et la commune ;

'sur la mise en cause de la responsabilité de la société de droit belge Byttebier Home Textiles

Considérant que l'appelante reproche à cette société qui commercialise du linge de maison (serviettes de table, torchons, tabliers marqués 'Laguiole') de tenir un discours commercial suggérant l'existence d'un lien entre ses produits et la commune, de tirer, de plus, profit de sa gastronomie et des arts de la table rendus célèbres par le restaurateur [U] [S] (qui commercialise du linge de table estampillé ' [S] Laguiole France' ; qu'elle fait valoir que la signature 'Laguiole' est perçue par le plus grand nombre comme un gage de qualité de sorte que quand bien même certaines références seraient uniques et indirectes, elles n'en restent pas moins susceptibles d'induire le consommateur en erreur quant à l'origine laguiole des produits commercialisés par cette société Byttebier Home Textiles ;

Mais considérant que rien ne permet de juger que cette société de droit belge a, par 'des allégations, indications ou présentations fausses ou de nature à induire en erreur' portant sur l'origine du linge de table qu'elle commercialise, créé

une confusion au sens de l'article L 121-1 du code de la consommation, d'autant que si un restaurateur implanté à Laguiole a pu s'illustrer dans son domaine d'activité, la commune de Laguiole ne peut s'approprier ses succès culinaires et leur reconnaissance publique, qui plus est en se prévalant d'une renommée qui porte non point sur l'objet de la gastronomie mais sur le linge qui lui dédié ;

Qu'à bon droit, le tribunal n'a retenu aucune pratique commerciale trompeuse imputable à la société Byttebier Home Textiles ;

' sur la mise en cause de la responsabilité de la société Tendance Séduction SASU

Considérant que la commune de Laguiole expose qu'un parfum se compose en partie de matières premières naturelles, c'est à dire d'huiles essentielles, ou de matières premières animales comme le musc ; que la société Tendance Séduction commercialisant des parfums sous la marque 'Laguiole', l'appelante fait valoir que le consommateur fera le lien entre l'environnement naturel de la commune et le parfum susceptible d'être fabriqué à l'avenir sur son territoire, d'autant que sa créatrice, Madame [N], originaire de Laguiole, a fondé en 1981 les 'Parfums [Z] [N]' ;

Que l'exploitation incriminée n'est pas, à son sens, le simple 'clin d'oeil' analysé par le tribunal mais une véritable tromperie puisque cette société a fait le choix non anodin de la dénomination d'"O'Brac' pour désigner un parfum et que ce choix marketing destiné à attirer l'attention du consommateur est trompeur du fait qu'il renvoie au plateau de l'Aubrac sur lequel elle est implantée ; que l'évocation, par ailleurs, d'"un lit boisé de mousse et de cèdre' accentue nécessairement ce rapport trompeur ; qu'enfin, l'identification et les coordonnées de la société font l'objet d'une mention illisible pour le consommateur alors que le terme 'Laguiole' figure dix fois, a-t-elle dénombré, sur l'emballage ;

Considérant, ceci rappelé, que la commune de Laguiole ne revendique aucune réputation dans le domaine de la parfumerie ; que si elle se réfère à la synthèse des résultats de l'enquête Panel Web selon laquelle 'l'association des produits situés hors de l'univers de la cuisine avec la commune de Laguiole semble un peu moins forte (...) mais comme on peut le voir avec les produits concernés, cette association n'est pas totalement écartée', il y a lieu de considérer, par delà la question abordée ci-avant de la contestable pertinence de ce sondage, que cette appréciation de la tromperie n'est présentée que comme une simple éventualité et ne correspond pas aux caractéristiques d'une pratique commerciale trompeuse telle que précisée par l'article L 121-1 du code de la consommation ;

Que, s'agissant des conditions d'exploitation et de présentation de ce parfum, il peut être admis, comme l'explique l'intimée, qu'il s'agit d'une accroche ludique, à rapprocher de l'Ô de [Localité 15] ; qu'il peut, par ailleurs, être retenu que cette dénomination 'O.Brac', même si elle se rapproche phonétiquement d'Aubrac et pourrait très indirectement suggérer l'établissement d'un lien avec la commune de Laguiole pour peu qu'un consommateur de ce produit ait des

connaissances particulièrement précises en géographie française, s'inscrit dans une gamme de produits dénommés 'O.Blue', 'O.Man' ou encore 'O.Rêve' ; que, dans ces conditions, les arguments avancés par l'appelante ne suffisent pas pour considérer que cette société ait voulu, en choisissant cette dénomination, s'approprier ce qui peut caractériser la commune de Laguiole et son proche environnement pour créer une confusion lors de l'acte d'achat du consommateur concerné ;

Que l'argument tiré du lieu de naissance de la créatrice [Z] [N] dont l'intimée précise qu'il n'est pas même mentionné sur le site de cette dernière est sans pertinence dès lors que rien ne permet de dire que le consommateur connaît ce lieu de naissance ; qu'il en est de même de la question de la lisibilité des mentions destinées à identifier la société sur les emballages que la commune de Laguiole, en dépit de son discours, parvient à déchiffrer ;

Qu'il suit que le jugement qui n'a pas retenu l'existence de pratiques commerciales trompeuses imputables à cette société doit être confirmé ;

' sur la mise en cause de la responsabilité de la société Simco Cash SARL

Considérant que l'appelante expose que cette société commercialise des poêles 'Laguiole' sous le slogan 'Laguiole innove la tradition', soutient que la commune est réputée pour sa gastronomie et les arts de la table et que le consommateur d'attention moyenne confronté à ce discours commercial sera 'contraint' d'associer ses produits à ceux issus de l'artisanat traditionnel local ;

Mais considérant que par mêmes motifs que ceux précédemment pris pour apprécier les pratiques de la société Bytbeier Home Textiles, sauf à préciser qu'il s'agit d'ustensiles de cuisine et non plus de linge de table, aucune pratique trompeuse imputable à la société Simco Cash ne peut être retenue ; que le jugement qui en décide ainsi doit, par voie de conséquence, être confirmé ;

' sur la mise en cause de la responsabilité de la société Lunettes Folomi

Considérant que les pratiques commerciales trompeuses imputées à faute à cette société jurassienne qui commercialise des lunettes sous la marque 'Laguiole' tiennent à l'utilisation, dans son catalogue commercial, de références qualifiées de trompeuses relatives à la localisation de la commune, sa flore, son histoire, son artisanat ; que l'appelante met en exergue des phrases telles que : 'c'est en 1829, au coeur de l'Aubrac, que naît le premier couteau Laguiole du nom du village où habitait son créateur', 'on écrit Laguiole mais on prononce laïole vestige d'un patois occitan', 'récit de l'histoire du poinçon ou trocart', ou encore : '... paysages de montagnes, de la flore montagnarde' et souligne qu'elles sont associées à des clichés de cascades ou à de photographies de l'Aubrac ;

Que la commune de Laguiole admet que puisse être invoquée, dans le discours commercial de la société Folomi, l'histoire du couteau afin de la lier à la marque 'Laguiole' ; qu'elle soutient cependant que l'on ne peut impunément de la sorte lui ôter la réalité de sa propre histoire qui n'appartient qu'à elle, pas plus que son savoir-faire traditionnel duquel est issue la coutellerie dont elle est le berceau ;

Mais considérant que la société Folomi fait justement valoir que cette argumentation procède d'une lecture partielle de son discours commercial dans la mesure où elle revendique, dès la première page de son site, son identité jurassienne, et ceci pour son plus grand intérêt commercial puisque l'entreprise est située dans le Haut-Jura, berceau de la lunetterie française, et que ses catalogues y font référence ;

Qu'elle soutient tout aussi justement qu'elle a pu, sans faute, évoquer l'histoire de ce couteau aveyronnais fabriqué à [Localité 19], à [Localité 17] et même à Tahiti, et que les références incriminées, sans pertinence, peuvent laisser dubitatif, à l'instar du grief de la commune de Laguiole portant sur la sonorisation du site par un extrait de la 6ème Symphonie de Beethoven dite La Pastorale et constituant, selon cette dernière, 'une référence explicite à l'environnement naturel et campagnard de la commune de Laguiole' ou encore de celui tenant à la circonstance que, sur une photographie de lunettes, 'l'angle formé par la branche et le premier cercle du verre forme un 'L' qui non seulement rappelle le 'L' de Laguiole mais également un couteau Laguiole semi-ouvert' ;

Qu'en toute hypothèse, l'appelante dont il n'est pas contesté qu'elle ne jouit d'aucune réputation particulière dans le domaine de la lunetterie, ne rapporte pas la preuve que les éléments verbaux et visuels qu'elle incrimine aient effectivement trompé le consommateur acquérant des lunettes commercialisées sous une marque 'Laguiole' ;

Considérant, in fine, qu'il s'évince de tout ce qui précède que la commune de Laguiole qui n'établit pas l'existence de pratiques commerciales trompeuses génératrices de confusion pour le consommateur moyen quant à l'origine des produits commercialisés sous les marques 'Laguiole' du fait de l'indication de son nom doit être déboutée de ce chef de demande ;

Que le jugement qui en a ainsi décidé en déboutant la commune de ses demandes subséquentes et en disant n'y avoir lieu à se prononcer sur les demandes de garantie mérite confirmation ;

Sur l'action en nullité des marques des intimés comportant l'élément verbal 'Laguiole'

Considérant que la commune de Laguiole, qui précise qu'elle conteste la validité de 26 marques couvrant 37 classes de produits et services, poursuit l'infirmité du jugement qui a rejeté sa demande à ce titre et, faisant liminairement valoir qu'aucune autorité de la chose jugée ne saurait lui être opposée, se prévaut de dépôts frauduleux puis d'un risque de confusion entraînant le prononcé de la nullité de ces marques du fait qu'elles constituent une indication de provenance trompeuse et qu'elles portent, de plus, atteinte à son nom, à son image et à sa renommée ;

Sur l'exception tirée de l'autorité de la chose jugée

Considérant que la cour d'appel de Paris, statuant dans le cadre d'une action introduite par la commune de Laguiole et l'association Le couteau de Laguiole à l'encontre de la société Gti Gil Technologies (ancienne dénomination de la société Laguiole SA) représentée par Monsieur [C] [O] qui tendait, notamment, à voir prononcer la nullité des marques n° 93 480 950, n° 93 485.514, n° 93 491 857, n° 94 515 283 et n° 94 544 784, a rendu un arrêt passé en force de chose jugée le 03 novembre 1999 (pièce 1 de Monsieur [C] [O] et autres) ;

Que la cour était alors saisie d'un appel interjeté par la société Gti-Gil Technologies à l'encontre d'un jugement rendu le 23 avril 1997 qui 'a déclaré la société Gti-Gil Technologies International coupable de contrefaçon de la marque collective de certification appartenant à l'association 'Le Couteau de Laguiole' et d'atteinte au nom de la commune de Laguiole, a prononcé l'annulation des cinq marques déposées par la société défenderesse qui a été condamnée à payer à la commune de Laguiole et à l'association 'Le couteau de Laguiole' la somme de 200.000 francs en réparation de leurs préjudices, toutes causes confondues' ;

Qu'aux termes de son dispositif, la cour :

- 'confirme le jugement en ce qu'il a condamné la société Gil-Git Technologies Internationales à verser à la commune de Laguiole respectivement à titre de réparation et pour ses frais hors dépens les sommes de 200.000 francs et de 15.000 francs

- le réforme pour le surplus en toutes ses dispositions',

prononçant pour finir des condamnations à l'encontre de l'appelante au titre des frais non répétables et des dépens ;

Considérant qu'au soutien de son appel tendant à voir juger que ne peut lui être opposée l'autorité de la chose jugée attachée à cet arrêt et qu'elle est, par conséquent, recevable à poursuivre la nullité des cinq marques précitées, la commune de Laguiole rappelle les critères cumulatifs posés par l'article 1351 du code civil, à savoir : une identité d'objet, de cause et de parties ;

Qu'elle fait valoir que la condition tenant à l'identité de causes n'est pas satisfaite dans la mesure où elle soulève, notamment, à titre principal, le caractère frauduleux du dépôt, à titre subsidiaire, la déchéance pour usage trompeur et, à titre plus subsidiaire, la déchéance pour non usage de ces mêmes marques ; que, s'appropriant la motivation de la décision rendue par l'OHMI précitée, elle ajoute que les intimés ne peuvent se prévaloir de l'autorité de la chose jugée attachée à ce même arrêt concernant le caractère générique de la dénomination 'Laguiole' pour désigner des couteaux en ce que cette appréciation des faits ne figure que dans les considérants de l'arrêt et non point dans son dispositif ;

Qu'en réplique Messieurs [O] et les sociétés Laguiole poursuivent la confirmation du jugement en ce qu'il a reçu leur exception tirée de la chose jugée et opposent à l'appelante le principe de la concentration des moyens en soutenant qu'il lui incombait, dès l'instance relative à la première demande, de présenter l'ensemble des moyens qu'elle estimait de nature à fonder sa demande en annulation ;

Considérant, ceci exposé, qu'il convient de considérer que les parties ne débattent pas de l'identité des parties dans les instances successives dont s'agit ;

Qu'il est constant que si, en vertu de l'article 480 du code de procédure civile, seul ce qui est tranché dans le dispositif de l'arrêt peut avoir l'autorité de la chose jugée, il n'est pas interdit d'éclairer la portée de ce dispositif par les motifs de la décision ;

Qu'en l'espèce, la disposition de l'arrêt qui, selon une formule générale, 'réforme pour le surplus en toutes ses dispositions' le jugement entrepris conduit à considérer qu'a été infirmée la disposition du jugement qui prononçait la nullité des cinq marques litigieuses, la cour ayant rejeté, pour ce faire (en pages 6 à 9/12 de la décision), le moyen fondé sur les dispositions des articles L 711-3 et L 714-3 du code de la propriété intellectuelle selon lequel les dites marques seraient de nature à tromper le public, notamment sur la nature, la qualité et la provenance géographique des produits et services revendiqués ;

Que s'il est ici indifférent que la commune de Laguiole sollicite à titre subsidiaire la déchéance de leur titulaire sur ces cinq marques puisque ces deux actions tendant à obtenir la disparition du droit de marque n'ont pas les mêmes effets et que la présente exception n'est soulevée que dans le cadre de l'action en nullité desdites marques, il ne saurait être contesté que les actions successivement engagées à quelques dix années d'intervalle tendent, semblablement, à obtenir leur annulation ;

Qu'à cet égard, nonobstant le fait que les motifs d'annulation de ces marques portent désormais (à s'en tenir au dispositif des dernières conclusions de l'appelante) sur le fait qu'elles 'créent une confusion avec le nom de la commune de Laguiole, sont dépourvues du caractère distinctif nécessaire à leur validité aux motifs que le nom 'Laguiole' est constitutif d'une indication de provenance, constituent une indication de provenance trompeuse, portent atteinte au nom, à la renommée et à l'image de la commune de Laguiole et que leur dépôt revêt un caractère frauduleux', il ne saurait être contesté par la commune de Laguiole - qui ne débat d'ailleurs pas de ce moyen là - qu'il incombe au demandeur à l'action de présenter dès l'instance relative à la première demande l'ensemble des moyens qu'il estime de nature à fonder celle-ci ;

Que dès lors que la cour d'appel s'est prononcée sur les faits de tromperie du public notamment sur la nature, la qualité et la provenance géographique des produits et services revendiqués ainsi que sur le caractère distinctif du terme Laguiole, il convient de considérer que la différence de fondement juridique entre ces demandes successives, fût-elle avérée, est insuffisante pour écarter la fin de non-recevoir tirée de l'autorité de la chose jugée attachée à l'arrêt rendu par la présente cour le 03 novembre 1999 ;

Qu'il suit que le tribunal a, à bon droit, accueilli cette exception et qu'il n'y a pas lieu à infirmation ;

Sur le moyen tiré de la forclusion

Considérant que, saisi de la demande formée par la commune de Laguiole tendant à voir prononcer la nullité des vingt-six marques enregistrées en litige, le tribunal a, pour onze d'entre elles déposées avant le 31 mai 2005, soit cinq ans avant l'assignation (la cour qui les cite plus avant renvoyant expressément au dispositif précis du jugement sur le détail de chacune d'elles) fait application des dispositions des articles L 714-3 alinéa 3 et L 711-4 du code de la propriété intellectuelle qui conduisent à considérer que le titulaire d'un droit antérieur est irrecevable à agir en nullité sur le fondement de ce dernier article si la marque a été déposée de bonne foi et s'il en a toléré l'usage durant cinq ans, et jugé que ces deux conditions étaient satisfaites ;

Qu'en cause d'appel, tandis que les titulaires de ces onze marques dont la validité est toujours contestée poursuivent la confirmation du jugement de ce chef et reprennent leur argumentation en ce sens, la commune de Laguiole qui, dans le dispositif de ses dernières écritures, ne sollicite ni la confirmation ni l'infirmation du jugement mais seulement que l'ensemble des intimés soit déclaré 'irrecevable et mal fondé' (sic) en l'ensemble de leurs prétentions, s'abstient de développer une argumentation sur ce point de droit ;

Qu'à admettre que l'appelante ait ainsi entendu poursuivre l'infirmation du jugement de ce chef, il convient de faire application des dispositions de l'avant-dernier alinéa de l'article 954 du code de procédure civile selon lequel :

' La partie qui conclut à l'infirmation du jugement doit expressément énoncer les moyens qu'elle invoque, sans pouvoir procéder par voie de référence à ses conclusions de première instance' et, au constat de l'absence de moyens développés par l'appelante sur cette disposition du jugement entrepris, de le confirmer en ce qu'il a dit que la forclusion de la demande en annulation devait s'appliquer aux onze marques dont s'agit ;

Sur la validité des marques déposées postérieurement au 31 mai 2005

Considérant qu'il résulte de ce qui précède que reste en litige la validité des dix marques suivantes :

- * 'Laguiole innove la tradition', n° 3 468 615 déposée le 11 décembre 2006 en classes 08, 09, 14, 16 et 34 (titulaire : [C] [O])
- * 'Laguiole Shopper', n° 3 468 616 déposée le 11 décembre 2006 en classes 08, 09, 12, 16 18, 25 et 34 (titulaire : [C] [O])
- * 'Baron Laguiole', n° 3 518 815 déposée le 07 août 2007 en classes 33 (titulaire : [C] [O])
- * 'Laguiole Cuisinier de Père en Fils', n° 3 614 716 déposée le 1er décembre 2008 en classes 18, 20, 24, 25, 29 à 33 et 43 (titulaire : [C] [O])
- * 'Laguiole Cuisinier de Père en Fils', n° 3 568 289 déposée le 09 avril 2009 en classes 08, 11 et 21 (titulaire : [C] [O])
- * '[Adresse 11]', marque semi-figurative n° 3 402 440 déposée le 09 janvier 2009 en classes 03, 08 et 21 (titulaire : [C] [O])
- * 'Laguiole Generation' marque semi-figurative n° 3 624 569 déposée le 23 janvier 2009 en classes 08, 09, 14, 18, 25 et 34 (détenue par [V] [O]),
- * 'Laguiole', marque semi-figurative n° 3 628 607 déposée le 10 février 2009 en classe 31 (titulaire : [C] [O])
- * 'Laguiole Le Jardinier', marque semi-figurative n° 3 633 406 déposée le 02 mars 2009 en classes 1, 5 à 9, 11 à 13, 21, 22, 25 à 28, 31 et 44 (détenue par [V] [O]),
- * 'Laguiole Premium', marque semi-figurative n° 3 642 134 déposée le 06 avril 2009 en classes 6 à 8, 11, 14, 20 et 21 (détenue par [V] [O]);

Considérant qu'alors que le tribunal a été appelé à se prononcer sur cinq moyens de nature à affecter la validité desdites marques, la commune de Laguiole, en dépit de la formulation du dispositif de ses dernières conclusions évoquée ci-dessus, articule sa demande tendant à voir annuler les marques dont sont titulaires les intimés selon deux moyens, à savoir : le dépôt frauduleux desdites marques et l'existence d'un risque de confusion avec la commune de Laguiole (§ 4.4.2 et § 4.4.3 de ses dernières conclusions) ;

' sur le moyen tiré du dépôt frauduleux

Considérant qu'au visa de l'article L 712-1 du code de la propriété intellectuelle, la commune de Laguiole, sans évoquer les motifs précis des premiers juges qui les ont conduits à rejeter sa demande à ce titre mais en se référant à force jurisprudence, invoque à nouveau l'adage *fraus omnia corrumpit* et déclare qu'elle 'entend rapporter la preuve que (les déposants) étaient animés d'une volonté de lui nuire, afin de favoriser leur profit, au mépris de la justice, comme en témoignent leurs manoeuvres pour échapper aux affaires judiciaires auxquelles ils ont été mêlés';

Qu'elle invoque, tour à tour :

- la connaissance qu'avait Monsieur [C] [O] de l'utilisation de son nom par la commune de Laguiole et ses administrés et de la nécessité qui était la leur de disposer de son nom,
- l'intention de nuire à la commune et à ses administrés de Monsieur [O] en arguant du profit tiré de la renommée du

signe, de la volonté du déposant de s'arroger un monopole sur celui-ci, de la stratégie commerciale d'appropriation de l'image de la commune qui a été déployée, caractérisée, selon elle, par le nombre considérable de marques 'laguiole' composant son portefeuille et qui représente un coût élevé en termes de redevances acquittées pour leur dépôt par elle chiffré à plus de 56.000 euros,

- les manoeuvres frauduleuses de Monsieur [C] [O] et de la société Laguiole SA pour échapper à la justice, faisant état de 'certaines marques aujourd'hui poursuivies (...) déposées par des titulaires différents au gré des actions engagées (Monsieur [C] [O] ou sa société)' ou ayant fait l'objet de cession à une société écran de droit anglais, la société Forel, dont le siège social est à Londres ou encore de dépôts concomitants à des procédures judiciaires ;

Considérant, ceci rappelé, que si la connaissance qu'avaient les déposants, lors du dépôt des marques litigieuses, de l'existence de la collectivité locale que constitue la commune de Laguiole ne fait pas l'objet de contestation par les titulaires des marques concernées, ces derniers font à juste titre valoir que l'intention de nuire doit être établie et appréciée au jour du dépôt ;

Que, partant, les développements consacrés à la cession de ces marques, au demeurant non étayés, sont inopérants ;

Qu'à cet égard, la commune de Laguiole, évoquant 'certaines marques aujourd'hui poursuivies' déposées par des 'titulaires différents' se montre singulièrement imprécise quant à la date à laquelle elle entend rapporter la preuve de l'intention de nuire et quant aux personnes qui auraient, d'après elle, porté atteinte aux droits qu'elle revendique ;

Que bien que l'appelante s'attache à mettre en lumière ce qu'elle qualifie de stratégie commerciale d'appropriation, par Monsieur [C] [O] et la société Laguiole SA, de l'image de la commune dont le nom possède, à s'en tenir à ses affirmations, 'un pouvoir évocateur, fruit d'une histoire et d'un terroir et, plus généralement, d'une renommée qu'ils n'ont pourtant aucune légitimité à revendiquer', elle ne peut valablement se prévaloir d'une atteinte à son nom, à son image et à sa renommée dès lors que, comme indiqué précédemment, sa réputation auprès du public tient à la fabrication, comme d'autres villes, d'un certain type de couteau dont le nom 'laguiole' est devenu usuel et générique et d'une AOC pour du fromage et non pour d'autres produits ou services ;

Que la 'grande notoriété, tant nationale qu'internationale' qu'elle aurait acquise, à une date non précisée, du fait de l'image rurale positive qu'elle véhicule auprès des consommateurs n'est, quant à elle, que prétendue ;

Qu'en outre, si elle affirme, sans d'ailleurs en administrer à suffisance la preuve, que depuis la relance de l'activité coutelière à l'initiative des Laguiolais en 1987, elle n'a eu de cesse de développer ses activités, ceci dès 1990, 'en organisant de nombreux festivals de boeufs, randonnées et en étendant également sa station de ski', elle ne peut toutefois incriminer un comportement ayant volontairement pour dessein de porter atteinte aux droits dont elle est titulaire sur son nom sans le démontrer ;

Qu'il lui appartenait, à cet égard, de préciser en quoi ces dépôts de marques préjudicient à ses propres attributions, de ne pas se borner à citer un précédent jurisprudentiel mais d'explicitier les activités requérant l'usage du signe 'Laguiole' dont pourrait la priver le dépôt de ces marques et de rapporter la preuve de l'intention de lui porter préjudice en

l'empêchant, éventuellement, de tirer profit de son nom ou en l'associant à des produits ou services de piètre qualité, ce dont elle s'abstient ;

Qu'elle échoue, par conséquent, en sa démonstration d'un dépôt frauduleux de nature à affecter la validité des marques précitées, de sorte que le jugement doit être confirmé sur cet autre point

' sur le moyen de nullité tiré de 'l'existence d'un risque de confusion entre les marques 'Laguiole' et la commune de Laguiole'

Considérant que tandis que Messieurs [O] et les sociétés Laguiole dénoncent liminairement dans leurs conclusions ce qu'ils nomment la stratégie du volume de la commune de Laguiole contraire, à leur sens, aux principes fondamentaux de loyauté des débats et qui consiste à produire un volume d'écritures et de pièces tel que sont compilés et noyés tous les fondements juridiques offerts par le code de la propriété intellectuelle (page 4/69 de leurs écritures) et cependant que la société Folomi stigmatise, comme il été dit, ses 'volte-faces' dans ses prétentions au fil de la procédure (pages 8 à 10 de ses conclusions), la cour ne peut que s'interroger sur l'articulation des moyens ainsi regroupés sous ce titre par l'appelante afin de solliciter la nullité des marques litigieuses ;

Que, sous ce titre et sans lien évident avec les termes du dispositif, ils sont, en effet, ainsi présentés (page 8/219 de l'appelante) :

§ 4.4.3.1 - L'utilisation du nom Laguiole élément dominant des marques litigieuses, facteur de confusion avec les produits de la commune et de ses administrés

° l'appréciation du risque de confusion avec l'utilisation du nom Laguiole

* les marques exclusivement composées du nom Laguiole comme élément verbal

* les marques incluant Laguiole dans leur élément verbal

° la comparaison de Laguiole comme élément verbal des marques litigieuses et du nom de la commune

° la combinaison du dessin d'une abeille au nom Laguiole de nature à renforcer le risque de confusion

§ 4.4.3.2 - La comparaison entre les produits et/ou les services couverts par les marques litigieuses et ceux notoirement originaires de la commune de Laguiole

° les produits couverts par le dépôt des marques litigieuses complémentaires et similaires par nature à ceux originaires de la commune

° les produits couverts par le dépôt des marques litigieuses similaires à ceux originaires de la commune en raison de l'insinuation d'une origine commune

§ 4.4.3.3 - La nullité des marques Laguiole constituant une indication de provenance trompeuse

§ 4.4.3.4 - La nullité des marques portant atteinte au nom, à la renommée et à l'image de la commune de Laguiole (article L 711-4 CPI) ;

Considérant qu'à s'en tenir aux termes de l'article L 714-3 du code de la propriété intellectuelle ' Est déclaré nul par décision de justice l'enregistrement d'une marque qui n'est pas conforme aux dispositions des articles L 711-1 à L 711-4 (...)';

Qu'en égard aux prétentions de l'appelante qui lient la cour mais aussi aux dispositions de cet article L 714-3, il y a lieu de se prononcer successivement sur les motifs de nullité tenant, selon l'article L 711-2 du code précité, à l'absence de caractère distinctif du signe pouvant servir à désigner la provenance géographique, au vice de déceptivité prévu à l'article L 711-3 c) et à la méconnaissance de l'obligation ne pas porter atteinte à des prérogatives antérieures, selon l'article L 711-4 du même code, résultant de l'exigence de disponibilité du signe, le risque de confusion devant être apprécié dans le cadre de ce dernier cas de nullité de l'enregistrement des marques litigieuses ;

Sur le caractère distinctif du signe pouvant servir à désigner la provenance géographique

Considérant que la commune de Laguiole se prévaut, d'emblée, de la décision rendue par la Cour de justice des communautés européennes (CJCE, 04 mai 1999, Windsurfing Chimsee Produktion) qui, interprétant l'article 3 § 1 sous c) de la directive CE 89/104 selon lequel sont susceptibles d'être déclarés nuls 'les marques qui sont composées exclusivement de signes ou d'indications pouvant servir, dans le commerce, pour désigner l'espèce, la qualité, la quantité, la destination, la valeur, la provenance géographique ou l'époque de la production du produit ou de la prestation de service ou d'autres caractéristiques de ceux-ci' a dit pour droit que cette disposition ne se limite pas à interdire l'enregistrement des noms géographiques en tant que marque dans les seuls cas où ceux-ci désignent des lieux qui représentent actuellement, aux yeux des milieux intéressés, un lien avec la catégorie de produits concernés mais s'applique également aux noms géographiques susceptibles d'être utilisés dans l'avenir (...) en tant qu'indication de provenance géographique de la catégorie de produits en cause', invitant l'autorité compétente à préciser 's'il est raisonnable d'envisager qu'un tel nom puisse, aux yeux des milieux intéressés, désigner la provenance géographique de cette catégorie de produits' et précisant qu'il convient 'de prendre en compte les connaissances plus ou moins grandes que les milieux intéressés ont du nom géographique en cause ainsi que les caractéristiques du lieu désigné par celui-ci et de la catégorie de produits' (...) avant de conclure que 'le lien entre le produit concerné et le lieu géographique ne dépend pas nécessairement de la fabrication du produit dans un lieu' ;

Qu'elle en tire pour conséquences que la dénomination Laguiole qui jouit d'une image rurale positive auprès de consommateurs enclins à associer à ce nom géographique différentes catégories de produits liés directement ou non au

terroir français doit être reconnue comme une indication de provenance, que contrairement à ce qu'énonce le jugement, elle n'a pas à démontrer une réputation particulière pour chacun des produits ou services désignés par les marques litigieuses, que les produits ou services qu'elle est susceptible d'exploiter dans le futur et qui sont susceptibles de s'inscrire dans son image doivent être pris en compte et qu'elle ne saurait valablement être privée de l'opportunité d'élargir ses domaines d'activité, ceci d'autant moins qu'elle jouit d'une réputation ;

Considérant, ceci exposé, que l'article L 711-2 b) du code de la propriété intellectuelle exclut, certes, les signes pouvant désigner une caractéristique du produit ou du service selon une énumération au rang de laquelle figure sa provenance géographique, cela afin d'en laisser la libre disposition à tous ceux qui proposent des produits ou services revêtant la même caractéristique et de permettre au signe d'assurer sa fonction d'identification de l'origine des produits et services ;

Qu'en se contentant, comme elle le fait, de généralités sur la question du caractère descriptif des marques sans s'attacher aux marques précisément en litige et aux services qu'elles couvrent, la commune de Laguiole n'emporte pas la conviction de la cour ;

Que les marques dont la commune de Laguiole est recevable à contester la validité sont, en effet, les marques :

- * 'Laguiole innove la tradition', n° 3 468 615 déposée le 11 décembre 2006 en classes 08, 09, 14, 16 et 34 (titulaire [C] [O]),
- * 'Laguiole Shopper', n° 3 468 616 déposée le 11 décembre 2006 en classes 08, 09, 12, 16 18, 25 et 34 (titulaire : [C] [O])
- * 'Baron Laguiole', n° 3 518 815 déposée le 07 août 2007 en classes 33 (titulaire : [C] [O])
- * 'Laguiole Cuisinier de Père en Fils', n° 3 614 716 déposée le 1er décembre 2008 en classes 18, 20, 24, 25, 29 à 33 et 43 (titulaire : [C] [O])
- * 'Laguiole Cuisinier de Père en Fils', n° 3 568 289 déposée le 09 avril 2009 en classes 08, 11 et 21 (titulaire : [C] [O])
- * '[Adresse 11]', marque semi-figurative n° 3 402 440 déposée le 09 janvier 2009 en classes 03, 08 et 21 (titulaire : [C] [O])
- * 'Laguiole Generation' marque semi-figurative n° 3 624 569 déposée le 23 janvier 2009 en classes 08, 09, 14, 18, 25 et 34 (détenue par [V] [O]),
- * 'Laguiole', marque semi-figurative n° 3 628 607 déposée le 10 février 2009 en classe 31 (titulaire : [C] [O])
- * 'Laguiole Le Jardinier', marque semi-figurative n° 3 633 406 déposée le 02 mars 2009 en classes 1, 5 à 9, 11 à 13, 21, 22, 25 à 28, 31 et 44 (détenue par [V] [O]),
- * 'Laguiole Premium', marque semi-figurative n° 3 642 134 déposée le 06 avril 2009 en classes 6 à 8, 11, 14, 20 et 21 (détenue par [V] [O]) ;

Qu'hormis la marque semi-figurative 'Laguiole' n° 3 628 607, toutes ajoutent au terme 'Laguiole' un ou plusieurs autres termes ;

Que la distinctivité d'un signe devant être appréciée en regard de l'ensemble des éléments qui la composent, la commune de Laguiole ne peut éluder le fait que les neuf autres marques précitées adjoignent un ou plusieurs termes au nom géographique Laguiole ou dire, sans d'ailleurs tous les analyser (page 128 et 129/219 de ses dernières conclusions) que, pris isolément, les termes adjoints à l'élément dominant 'Laguiole' seraient en eux-mêmes descriptifs ou faiblement évocateurs des produits ou services concernés sans démontrer qu'il ne peut être trouvé aucun écart perceptible dans la formulation du syntagme par rapport à la terminologie employée dans le langage courant dont use la catégorie de consommateurs intéressés, pour désigner les produits et services ou leurs caractéristiques essentielles, comme l'enseigne la jurisprudence communautaire (CJCE, 20 septembre 2001, Baby [I]) ;

Que pour ce qui est de la marque semi-figurative 'Laguiole' n° 3 628 607, elle comporte, outre cet élément verbal, le dessin d'une abeille dans un cartouche en forme d'hexagone placé au dessus de l'élément verbal, et désigne en classe 31 des produits agricoles, horticoles et forestiers, graines (semences) ; animaux vivants ; fruits frais et légumes frais ; semences, plantes et fleurs naturelles ; agrumes ; oranges ; citrons ; plantes séchées, champignons frais ; herbes potagères fraîches ;

Que la commune de Laguiole ne démontre pas que le consommateur moyen, qui connaîtra la dénomination géographique Laguiole pour ses productions fromagères et dans le domaine de la coutellerie, sans plus de connaissances sur les activités de cette commune rurale, établira un lien avec la catégorie de produits concernés par ce signe semi-figuratif pris dans son ensemble ou qu'il est raisonnable d'envisager qu'un tel nom puisse à l'avenir, aux yeux des milieux intéressés, désigner la provenance géographique de cette catégorie de produits ;

Qu'à l'instar du tribunal, la cour rejettera ce moyen de nullité ;

Sur le vice de déceptivité

Considérant que la commune de Laguiole fait valoir à ce titre qu'un signe qui porte intrinsèquement un renseignement trompeur quant à la provenance des produits ou services qu'elle désigne est susceptible d'être annulé ;

Que la production de couteaux, ajoute-t-elle, a fait sa notoriété à compter de 1829, que la ville de [Localité 19] n'a commencé à en produire que cinquante ans plus tard et que si des artisans couteliers fabriquent des couteaux de grande qualité en dehors de la commune de Laguiole, dans le respect du savoir-faire et des traditions ancestrales laguioles ; qu'aucun reproche ne peut être fait à ceux-ci dès lors qu'ils ne laissent planer aucun doute sur leur provenance, le consommateur ayant pleinement conscience qu'il acquiert un couteau fabriqué dans la tradition laguiole hors de la commune éponyme ;

Qu'elle poursuit que tel n'est, en revanche, pas le cas du consommateur acquérant des produits commercialisés sous les marques 'Laguiole' qui ne sont pas fabriqués sur le territoire de la commune, l'imprécision étant nécessairement facteur de tromperie quant à la garantie d'origine des produits et services qu'assure la marque ; que, manifestement, selon elle, le dépôt de l'ensemble des marques 'Laguiole' litigieuses a été motivé par la volonté de faire croire à la provenance véhiculée par le nom ;

Considérant, ceci rappelé, que l'article L 711-3 c) du code de la propriété intellectuelle exclut les signes ' de nature à tromper le public, notamment sur la nature, la qualité ou la provenance géographique du produit ou du service' ;

Qu'il résulte, par ailleurs, des enseignements de la jurisprudence communautaire relative à l'interprétation de l'article 3, § 1, sous g) de la directive CE 89/104, à la lumière de laquelle le droit national doit être interprété (CJCE, 30 mars 2006, [E] [F]) que le risque de confusion doit être apprécié en considération du consommateur moyen et à condition 'que l'on puisse retenir l'existence d'une tromperie effective ou d'un risque suffisamment grave de tromperie du consommateur' ;

Qu'en l'espèce, en présentant ce moyen en termes généraux sans même évoquer le nom des marques concernées et les produits ou services visés à leurs enregistrements respectifs (qui peuvent notamment couvrir, comme il a été vu, des biens de consommation les plus divers), la commune de Laguiole ne rapporte pas la preuve qu'il existe un 'risque grave' que le consommateur moyen, pour qui le nom de la commune pourra évoquer le couteau ou le fromage sur lesquels elle s'est forgée une réputation mais dont il n'est pas vraisemblable qu'il puisse envisager que les multiples produits et services concernés proviennent de cette commune, se trompera sur leur origine et qu'il se déterminera, lors de son acte d'achat, dans la croyance erronée qu'ils proviennent de la petite commune de Laguiole ;

Que ce moyen de nullité ne peut donc prospérer, ainsi qu'en a jugé le tribunal ;

Sur l'atteinte au nom, à l'image et à la renommée d'une collectivité territoriale

Considérant que la commune de Laguiole revendique à ce titre la protection qui doit être accordée à son nom, son image et sa renommée qui constituent les attributs de sa personnalité ;

Qu'elle soutient qu'"il semble qu'il faille déduire du droit applicable aux collectivités territoriales et des conditions dégagées par la jurisprudence', que la tolérance du dépôt à titre de marque de son nom s'impose à elle sous réserve que le déposant soit un tiers administré par celle-ci, que le dépôt de la marque se justifie par un intérêt légitime et qu'il ne soit pas source de confusion ;

Qu'elle tire argument du fait que ces conditions ne sont pas satisfaites pour solliciter l'infirmité du jugement qui a

considéré que son nom correspondait aussi à un terme devenu générique et qu'elle ne démontrait pas 'en quoi les différents dépôts dans presque toutes les classes causent une atteinte à ses intérêts publics' ;

Considérant, ceci rappelé, qu'il résulte des dispositions de l'article L 711-1 du code de la propriété intellectuelle que peuvent, notamment, constituer une marque de fabrique, de commerce ou de service les ' noms patronymiques et géographiques' ; que, sauf à ajouter à la loi, la qualité d'administré ou l'intérêt légitime ne sont pas requis du déposant ;

Que l'article L 711-4 h) du même code n'a pas pour objet d'interdire aux tiers, d'une manière générale, de déposer en tant que marque un signe identifiant une collectivité territoriale mais seulement de poser une telle interdiction au cas où résulte de ce dépôt une atteinte à des droits antérieurs et, notamment ' au nom, à l'image ou à la renommée d'une collectivité territoriale' ;

Qu'en l'espèce il convient de constater que la commune de Laguiole ne démontre pas, en contemplation du libellé des marques litigieuses précitées ainsi qu'aux produits et services qu'elles couvrent, que l'usage qui en est fait et qui s'inscrirait dans les missions de service public assignées à la collectivité territoriale, entraînerait un risque de confusion avec ses propres attributions, ou bien qu'elle serait de nature à porter atteinte aux intérêts publics ou à préjudicier à ses administrés;

Qu'elle doit, par conséquent, être déboutée de cet autre chef ;

Qu'en conclusion de cet entier chapitre, le jugement sera confirmé en ses dispositions déboutant la commune de sa demande de nullité des marques en litige ;

Sur le moyen tiré de la déchéance des droits des titulaires des marques

Sur le caractère trompeur de l'ensemble des marques litigieuses en raison de l'usage qu'en a fait leurs titulaires

Considérant que par application de l'article L 714-6 b) et selon l'article 12, § 2 de la directive CE du 22 octobre 2008 à la lumière de laquelle le droit national doit être interprété, une marque peut devenir trompeuse 'par l'usage qui en est fait par le titulaire ou avec son consentement' lorsque, notamment, elle comporte une référence à certaines caractéristiques, telle la provenance géographique ; qu'en outre, en la matière, la Cour de justice a dit pour droit que la tromperie supposait une confusion dans l'esprit du consommateur moyen et qu'il fallait pouvoir retenir 'l'existence d'une tromperie effective ou d'un risque suffisamment grave de tromperie' (CJCE, 30 mars 2006, [E] [F]) ;

Considérant, en l'espèce, que sans même évoquer la motivation du tribunal qui, pour rejeter sa demande à ce titre, en a souligné la redondance en énonçant qu'il avait déjà tranché la question au titre des pratiques commerciales trompeuses, la commune de Laguiole reprend ce chef de demande en citant les dispositions de l'article L 714-6 du code de la propriété intellectuelle et, au terme d'une motivation tenant en six lignes (page 169/219 de ses conclusions), en renvoyant la cour à se reporter à ses griefs précédents concernant 'un contexte extrêmement trompeur' ;

Mais considérant que par delà la pertinente observation liminaire des intimés qui soutiennent qu'il est quelque peu paradoxal d'incriminer simultanément l'usage trompeur et le non-usage des marques en litige, il y a lieu de considérer que le tribunal a apporté une juste réponse à ce chef de demande et que sa décision sur cet autre point mérite confirmation ;

Sur la sanction résultant du défaut d'exploitation de l'ensemble des marques litigieuses

Considérant que, visant l'article L 714-5 du code de la propriété intellectuelle, la commune de Laguiole poursuit la déchéance des droits de Monsieur [C] [O] et de la société Laguiole SA sur seize des marques dont ils sont titulaires ; qu'elle reproche au tribunal de lui avoir dénié son intérêt à agir alors qu'il est possible, pour un demandeur à une action en déchéance, d'invoquer un projet sérieux de développement économique dans un secteur nouveau afin de justifier son intérêt à agir et que tel est son cas ;

Qu'elle estime utile de préciser que par jugement rendu le 26 janvier 2012, le tribunal de grande instance de Marseille a déchu Monsieur [O] de ses droits sur plusieurs de ses marques pour divers produits ;

Que les intimés rétorquent qu'une collectivité territoriale agit dans les domaines de l'action publique mais non dans le domaine privé, que la commune n'a pas vocation à exercer une activité industrielle ou commerciale comme la fabrication et la commercialisation de produits tels que ceux visés au dépôt des marques litigieuses, à savoir : vêtements et chaussures, lunettes, barbecue, parfum, casseroles, ..., qu'elle ne peut se prévaloir du souhait de ses administrés et que seuls des commerçants ou syndicats les regroupant pourraient avoir intérêt à agir pour non exploitation, et qu'enfin, après avoir interjeté appel de la décision marseillaise évoquée, une transaction a mis fin au différend ;

Considérant, ceci exposé, que la commune de Laguiole invoque, certes, le fait qu'elle incarne dans l'esprit du consommateur une image de terroir, d'artisanat et de nature, portée tant par ses produits et sa gastronomie que par son environnement naturel, évoquant son implication dans la gestion des bois et forêts, l'organisation d'excursions,

l'exploitation du lac de Galens, la charge administrative de la station de ski, l'association de son nom au domaine de la coutellerie ou aux produits de fromagerie ou au restaurant de [U] [S] servant des produits du terroir ou encore l'organisation de festivals bovins ;

Que, ce faisant, elle n'établit pas qu'elle puisse être considérée comme une personne intéressée au sens de ce texte ; qu'elle s'abstient, en effet, de démontrer que les produits ou services visés à l'enregistrement des marques concernées - qu'elle se borne à citer en se contentant de reproduire les termes de leurs enregistrements respectifs - entravent ou sont susceptibles d'entraver son activité propre, les intimés objectant justement que dans la procédure initiée devant le tribunal de grande instance de Marseille ils étaient opposés à un agent économique ;

Que le jugement sera, par conséquent, confirmé en ce qu'il l'a déclarée irrecevable à agir à ce titre ;

Sur les autres demandes

Considérant que les sociétés Polyflame, Garden Max, Clisson, Tendance Séduction, Bytdebier Home Textiles, LCL Parners, Simco Cash, Lunettes Folomi poursuivent la condamnation de la commune de Laguiole à leur verser diverses sommes à titre de dommages-intérêts en réparation du préjudice causé par ce qu'elles considèrent comme un abus de procédure ;

Que cette demande ne saurait toutefois prospérer dès lors qu'en dépit de la solution donnée au présent litige la commune de Laguiole a pu, sans faute, ester en justice, l'appréciation erronée qu'elle a pu faire de ses droits et des comportements incriminés n'étant pas constitutive d'une faute ;

Que le jugement doit donc être confirmé de ce chef ;

Que, par ailleurs, il n'y a pas lieu de faire droit à la demande de publication présentée à titre reconventionnel par la société Lunettes Folami ;

Considérant qu'en revanche et sur l'application de l'article 700 du code de procédure civile, l'équité commande de condamner la commune de Laguiole à verser :

- la somme complémentaire de 20.000 euros à Messieurs [C] et [V] [O], à la société Laguiole SA et à la société Laguiole Licences SAS,

- la somme complémentaire de 5.000 euros à la société Polyflame Europe, à la société Lunettes Folomi, à la société Garden Max et à la société Simco Cash, chacune,

- la somme complémentaire de 3.000 euros à la société LCL Partners, à la société Tendance Séduction, à la société Clisson et à la société Byttebier Home Textiles SA, ceci au profit de chacune ;

Que, déboutée de ce dernier chef de demande, la commune de Laguiole qui succombe en toutes ses prétentions supportera les dépens d'appel ;

Dispositif

PAR CES MOTIFS

Déclare parfait le désistement partiel d'appel de la commune de Laguiole et constate, en conséquence, l'extinction de l'instance et le dessaisissement de la cour concernant l'appel de celle-ci en tant que dirigé contre la société The Brands Company SARL et la société Inovalk SASU, la cour restant saisie de l'appel formé par la commune de Laguiole à l'encontre des autres intimés ;

Confirme en toutes ses dispositions le jugement entrepris et, y ajoutant ;

Déboute la commune de Laguiole de ses entières prétentions ;

Rejette la demande de publication judiciaire reconventionnellement formée par la société Lunettes Folomi ;

Condamne la commune de Laguiole à verser, en application de l'article 700 du code de procédure civile :

- la somme complémentaire de 20.000 euros à Messieurs [C] [O] et [V] [O], à la société Laguiole SA et à la société Laguiole Licences SAS,

- la somme complémentaire de 5.000 euros à la société Polyflame Europe SA, à la société Lunettes Folomi SAS, à la société Garden Max SAS et à la société Simco Cash SARL, ceci au profit de chacune,

* la somme complémentaire de 3.000 euros à la société LCL Partners SARL, à la société Tendance Séduction SASU, à la société Clisson SA et à la société de droit belge Byttebier Home Textiles, ceci au profit de chacune ;

Condamne la commune de Laguiole aux dépens d'appel avec faculté de recouvrement conformément aux dispositions de l'article 699 du code de procédure civile.

La Greffière La Présidente

Décision de la Cour de cassation

Cour de cassation Chambre commerciale financière et économique 4 octobre 2016

Les dates clés

- Cour de cassation Chambre commerciale financière et économique 04-10-2016
- Cour d'appel de Paris I2 04-04-2014