
Cour de cassation, ch. com., 12 juillet 2005

Sur le moyen unique, pris en sa deuxième branche :

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

Attendu, selon l'arrêt confirmatif attaqué, que la société Motarolles, qui exerce à Méribel Les Allues une activité d'hôtellerie, restauration et club-bar à l'enseigne "Les Arolles", est titulaire des marques "Hôtel des Arolles" désignant "tous services d'hôtel, restaurant, bar, classe de produits ou services 42", et "Les Arolles", couvrant "tous services d'hôtel, restaurant, bar et tous établissements de divertissement et de spectacles, classes de produits ou de services 42, 41" ; que cette société a poursuivi en contrefaçon de marque la société Agence Méribel immobilier conseil, devenue la société CIS immobilier, qui exerce, également à Méribel Les Allues, une activité d'agence immobilière, pour avoir modifié sa dénomination sociale en adoptant le nom d'Agence des Arolles Méribel immobilier conseil ;

Attendu que pour rejeter cette demande, l'arrêt retient, par motifs propres et adoptés, que les services offerts par les parties procèdent de deux conceptions radicalement différentes de l'hébergement touristique s'adressant à des clientèles différentes, et qu'au regard de ces différences de nature et d'objectif, peu importe, au regard du critère de similitude, que l'activité de l'Agence des Arolles Méribel immobilier conseil comporte un service accessoire de location de literie ;

Attendu qu'en se déterminant ainsi, sans rechercher, comme elle y était invitée par les écritures d'appel, si les deux sociétés offraient des services complémentaires pouvant conduire le public à leur attribuer une origine commune, la cour d'appel n'a pas donné de base légale à sa décision ;

PAR CES MOTIFS, et sans qu'il y ait lieu de statuer sur les autres griefs ;

CASSE ET ANNULE, mais seulement en ce qu'il a rejeté l'action en contrefaçon de marques de la société Motarolles, l'arrêt rendu le 2 septembre 2002, entre les parties, par la cour d'appel de Chambéry.