

# ACTOBA

Droit des Médias et des Réseaux de communication

w w w . a c t o b a . c o m

## Cour de cassation, ch. com., 31 mai 2005

Sur le moyen unique :

Attendu, selon l'arrêt confirmatif déferé, (Douai, 28 avril 2003) que les époux X... et Mme Y..., titulaires de la marque "Santnet" déposée le 9 novembre 1995 et enregistrée sous le n° 95 597 128, pour désigner divers services en classes 35, 36, 38 et 42, relatifs notamment à la gestion d'affaires commerciales et financières, la communication par terminaux d'ordinateurs, les services médicaux et informations dans le domaine de la santé, ainsi que la société Santnet qui bénéficie d'une licence exclusive de cette marque, ont fait assigner en contrefaçon de marque, usurpation de dénomination sociale et de nom commercial et en concurrence déloyale et parasitaire, la société Cégédim, qui, exerçant depuis 1969, une activité axée sur le traitement et la gestion informatisée de l'information dans le domaine de la santé, a déposé le 1er octobre 1998, la marque "Santnet", enregistrée sous le n° 98 752 281, pour désigner en classes 9, 16, 35 et 38, divers produits et services en matière d'informatique et utiliser cette dénomination pour désigner un site internet présentant des activités identiques ou similaires à celles exercées par la société Santnet ;

Attendu que la société Cégédim fait grief à l'arrêt d'avoir dit que la marque Santnet dont les consorts X... et Y... sont titulaires et la société Santnet, licenciée exclusive, présente un caractère original et distinctif et d'avoir en conséquence jugé qu'elle avait commis des actes de contrefaçon de cette marque, alors, selon le moyen :

1) que la distinctivité d'un signe ne se définit ni par sa nouveauté ni par son originalité mais par son caractère arbitraire pour désigner les produits ou services visés au dépôt ou l'une des caractéristiques de ceux-ci ; qu'en se bornant en l'espèce à rappeler par motifs propres ce principe, tout en relevant par motifs adoptés des premiers juges, que le terme "Santnet" serait un néologisme évocateur et original en ce qu'il associe de façon nouvelle deux mots du langage courant, sans apprécier le caractère distinctif de cette expression pour désigner les services visés au dépôt et notamment "les services médicaux, informations médicales, informations dans le domaine de la santé", ou

l'une de leurs caractéristiques, la cour d'appel a privé sa décision de base légale au regard de l'article L. 711-2 du Code de la propriété intellectuelle ;

2) qu'une dénomination sociale et un nom commercial ne sont protégeables qu'à condition de présenter un caractère distinctif pour désigner, la première, la personne morale qui exerce le commerce, le second, l'entreprise exploitée; que le caractère distinctif d'une dénomination sociale et d'un nom commercial s'apprécie selon les mêmes règles que le caractère distinctif d'une marque, c'est-à-dire, pour la première par rapport à l'objet de la personne morale qui le porte et pour le second par rapport à l'activité de l'entreprise ; qu'en retenant en l'espèce une atteinte à la dénomination sociale et au nom commercial de la société Santnet sans apprécier le caractère distinctif de cette dénomination au regard de l'objet et de l'activité de cette société, la cour d'appel a également privé sa décision de base légale au regard de l'article 1382 du Code civil ;

Mais attendu, d'une part, que l'arrêt , après avoir énoncé les produits et services couverts par la marque Santnet, retient, par motifs adoptés, que ce terme est un néologisme, simplement évocateur, constitué de deux termes, santé et net, lesquels constituent une originalité par le fait de leur association nouvelle et de leur absorption partielle de l'un par l'autre ; qu'ayant nécessairement déduit de ses constatations, que ce nouveau terme n'était pas descriptif des produits couverts par la marque , la cour d'appel a pu statuer comme elle a fait ;

Attendu, d'autre part, dès lors, qu'elle constatait que la dénomination sociale et le nom commercial de la société Santnet étaient identiques à la marque déposée, que la cour d'appel qui, après avoir rappelé l'activité de cette société, licenciée de la marque, a retenu le caractère original et distinctif de cette marque, a implicitement mais nécessairement fait ressortir le caractère distinctif de la dénomination sociale et du nom commercial ;

D'où il suit que le moyen n'est pas fondé ;

PAR CES MOTIFS :

REJETTE le pourvoi.