

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., 5 avril 2005

Sur le moyen unique :

Attendu, selon l'arrêt déferé (Paris, 25 septembre 2002), que, suivant protocole d'accord conclu le 18 décembre 1993, la société d'économie mixte de gestion du Centre international de Deauville (société CID) a accordé à la Société d'études et de recherches sur l'économie et le management (société SEREM) l'exclusivité sous certaines conditions, en tant qu'agent, de la commercialisation du label officiel de Deauville, logo déposé auprès de l'Institut national de la propriété industrielle (INPI) le 28 octobre 1987 et enregistré sous le n° 1 501 243 et de la marque "Deauville" déposée le 7 septembre 1988 et enregistrée sous le n° 1 546 400 ; que, n'ayant pas obtenu le paiement des redevances qui lui étaient contractuellement dues, la société CID a constaté la résiliation de plein droit du contrat au 28 juillet 1998 et a assigné la société SEREM devant le juge des référés qui a condamné celle-ci au paiement de la somme demandée, à titre de provision ; que la société SEREM a assigné la société CID en remboursement de cette somme, en paiement de dommages-intérêts et en résolution du contrat aux torts de la société CID ;

Attendu que la société SEREM fait grief à l'arrêt d'avoir rejeté sa demande en résolution du contrat du 18 décembre 1993 aux torts de la société CID et de l'avoir condamnée au paiement de diverses sommes, alors, selon le moyen :

1) que pour consentir seul à un tiers l'exclusivité de l'utilisation d'un droit, le propriétaire de ce droit doit en avoir la propriété exclusive ; qu'au cas d'espèce, en énonçant que la société CID avait accordé à la société SEREM l'exclusivité de l'utilisation du label officiel de Deauville alors qu'ils avaient constaté que la société SEREM ne rapportait pas la preuve que la société CID ait été préalablement à la signature du contrat la propriétaire exclusive de la marque Deauville, les juges du fond n'ont pas tiré les conséquences légales de leurs propres constatations et ont, par suite, violé l'article L. 712-1 du Code de la propriété intellectuelle, ensemble les articles 1134 et 1184 du Code civil;

2) que pour considérer que le manquement de la société CID à ses obligations contractuelles n'avait pas un caractère de gravité, les juges du fond se sont bornés à rechercher si le contrat conclu entre la société Honda et la société CID avait, de par sa nature et le montant des sommes en cause, entraîné un préjudice important pour la société SEREM ; qu'en statuant de la sorte, sans rechercher, ainsi que les y invitaient pourtant les conclusions d'appel de la société SEREM, si la société CID n'avait pas violé, en concluant un contrat avec la société Honda le 1er avril 1998 alors que le contrat entre la société CID et la société SEREM n'avait pris fin que le 28 juillet 1998, la clause d'exclusivité contenue au contrat du 18 décembre 1993, les juges du fond ont privé leur décision de base légale au regard des articles 1134 et 1184 du Code civil ;

3) que la société CID aurait commis une faute grave justifiant la résolution du contrat si elle avait utilisé la marque et le logo Deauville à des fins commerciales, en violation de l'article 1 du contrat du 18 décembre 1993 ; que la cour d'appel a relevé que la société CID avait consenti à la société SEREM l'exclusivité en tant qu'agent de commercialisation du label officiel de Deauville (logo) et de la marque Deauville ; qu'elle a également relevé qu'aux termes de l'article 1 du contrat du 18 décembre 1993, la société CID avait conservé la possibilité d'utiliser son logo à des fins non commerciales pour tous besoins propres dans le cadre de son objet social ; qu'en statuant ainsi sans rechercher si l'utilisation de la marque et du logo Deauville imputée à la société CID ne correspondait pas à une utilisation à des fins commerciales, les juges du fond ont privé leur décision de base légale au regard des articles 1134 et 1184 du Code civil ensemble l'article 1 du contrat du 18 décembre 1993 ;

Mais attendu, en premier lieu, que l'arrêt relève que l'exclusivité conférée à la société SEREM porte sur deux marques, l'une dénomminative, l'autre semi figurative, dont la société CID est devenue titulaire, après subrogation consentie par l'association Office du tourisme de Deauville, depuis dissoute ; que la cour d'appel a pu statuer comme elle a fait, peu important que des entreprises aient, antérieurement à la signature du protocole du 18 décembre 1993, déposé des

ACTOBA

Droit des Médias et des Réseaux de communication

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

marques comportant le nom de Deauville ou un logo similaire, dès lors qu'il n'y avait ni identité ni confusion possibles entre les marques ;

Attendu, en second lieu, dès lors que l'article 10 du protocole du 18 décembre 1993 autorisait, sous certaines conditions, la société CID à conclure des opérations commerciales, que la cour d'appel, qui a effectué la recherche prétendument omise par la deuxième branche et n'avait pas à répondre au grief visé à la troisième branche que ses constatations rendaient inopérant, a légalement justifié sa décision ;

D'où il suit que le moyen n'est fondé en aucune de ses branches ;

PAR CES MOTIFS :

REJETTE le pourvoi ;

Condamne la société SEREM aux dépens.