Cour de cassation, chambre commerciale, 28 janvier 2026, n° 24-14.760

Cour de cassation | chambre commerciale | 28 janvier 2026

Sujets abordés dans les motifs

#1 contrefaçon de marques

#2 code de procédure civile

#3 revendication de propriété

#4 propriété intellectuelle

#5 risque de confusion dans l esprit du public

#6 nullité de la marque

Voir plus (7)

Chronologie de l’affaire

Cour d'appel - Paris
Pôle 5 - Chambre 2
15/03/2024
N° 21/21118

Cour de cassation
Chambre commerciale
28/01/2026
N° 24-14.760

Entête

COMM.

MB

COUR DE CASSATION

_____

Arrêt du 28 janvier 2026

Cassation partielle

M. VIGNEAU, président

Arrêt n° 28 FS-B

Pourvoi n° Q 24-14.760

R É P U B L I Q U E F R A N Ç A I S E

_____

AU NOM DU PEUPLE FRANÇAIS

_____

Motifs

ARRÊT DE LA COUR DE CASSATION, CHAMBRE COMMERCIALE, FINANCIÈRE ET ÉCONOMIQUE, DU 28 JANVIER 2026

1°/ La société VF International SAGL, société de droit suisse, dont le siège est [Adresse 7] (Suisse),

2°/ la société VF J France, société par actions simplifiée unipersonnelle, dont le siège est [Adresse 4] et domiciliée dans la procédure au [Adresse 5],

ont formé le pourvoi n° Q 24-14.760 contre l'arrêt rendu le 15 mars 2024 par la cour d'appel de Paris (pôle 5, chambre 2), dans le litige les opposant :

1°/ à la société Super Brand Licencing, société par actions simplifiée, dont le siège est [Adresse 6],

2°/ à M. [R] [D], domicilié [Adresse 2],

3°/ à la société Artextyl, société par actions simplifiée unipersonnelle, dont le siège est [Adresse 1] et domiciliée dans la procédure en son établissement [Adresse 6],

4°/ à la société The Outdoor Company, société à responsabilité limitée, dont le siège est [Adresse 3],

défendeurs à la cassation.

Les demanderesses invoquent, à l'appui de leur pourvoi, six moyens de cassation.

Le dossier a été communiqué au procureur général.

Sur le rapport de Mme Bessaud, conseillère référendaire, les observations de la SCP Le Guerer, Bouniol-Brochier, Lassalle-Byhet, avocat des sociétés VF International SAGL et VF J France, de la SARL Meier-Bourdeau, Lécuyer et associés, avocat de la société Super Brand Licencing, de M. [D] et de la société Artextyl, et l'avis de M. Lecaroz, avocat général, après débats en l'audience publique du 2 décembre 2025 où étaient présents M. Vigneau, président, Mme Bessaud, conseillère référendaire rapporteure, M. Mollard, conseiller doyen, Mmes Poillot-Peruzzetto, Michel-Amsellem, Sabotier, Tréfigny, conseillers, M. Le Masne de Chermont, Mmes Comte, Bellino, M. Regis, conseillers référendaires, M. Lecaroz, avocat général, et Mme Sara, greffière de chambre,

la chambre commerciale, financière et économique de la Cour de cassation, composée, en application de l'article R. 431-5 du code de l'organisation judiciaire, du président et des conseillers précités, après en avoir délibéré conformément à la loi, a rendu le présent arrêt.

Désistement partiel

1. Il est donné acte aux sociétés VF International SAGL et VF J France (les sociétés VF) du désistement partiel de leur pourvoi en ce qu'il est dirigé contre la société The Outdoor Company.

Faits et procédure

2. Selon l'arrêt attaqué (Paris, 15 mars 2024), la société de droit suisse VF International SAGL (la société VF International) est titulaire des marques suivantes, qu'elle exploite :

– la marque semi-figurative de l'Union européenne « Napapijri » n° 000291021, déposée le 25 juin 1996 pour désigner les sacs et les vêtements en classes 18 et 25,

– la marque semi-figurative de l'Union européenne « Napapijri Geographic » n° 005052816, déposée le 11 avril 2006 pour désigner notamment les vêtements, les chaussures et la chapellerie en classes 18, 25 et 43,

– la marque semi-figurative et de position de l'Union européenne « Napapijri » n° 015326325, déposée le 12 avril 2016 pour désigner les vestes d'hiver en classe 25.

3. La société VF J France est responsable de la distribution en France des collections de prêt-à-porter commercialisées sous ces marques.

#1 contrefaçon de marques

4. Les marques suivantes, dont le titulaire était initialement M. [D], ont été cédées par ce dernier à la société Super Brand Licencing :

– la marque verbale française « Geøgraphical Nørway » n° 3 353 148, déposée le 5 avril 2005 pour désigner des vêtements en classe 25,

– la marque verbale française « Geographical Norway » n° 3 675 950, déposée le 11 septembre 2009 pour désigner les vêtements en classe 25,

– la marque verbale française « Geographical Norw » n° 3 746 219, déposée le 14 juin 2010 pour désigner les vêtements en classe 25,

– la marque semi-figurative française « Geographical Norway Expedition » n° 3 936 975 déposée le 24 juillet 2012 pour désigner des produits des classes 9, 12 et 28,

– la marque verbale française « Geo Norway » n° 4 048 564 déposée le 18 novembre 2013 pour désigner les vêtements en classe 25.

5. Ces marques sont exploitées par la société Artextyl, gérée par M. [D], en vertu de contrats de licence de marque.

6. Le 26 avril 2017, les sociétés VF International SAGL et VF J France (les sociétés VF) ont assigné la société Artextyl en contrefaçon de marques ainsi qu'en concurrence déloyale et parasitaire puis, le 3 mai 2017, M. [D] en nullité de ses marques. Les procédures ont été jointes.

7. En 2019, les sociétés VF ont assigné en intervention forcée la société Super Brand Licencing, nouveau titulaire des marques arguées de nullité.

Examen des moyens

Sur les quatrième et cinquième moyens

#2 code de procédure civile

8. En application de l'article 1014, alinéa 2, du code de procédure civile, il n'y a pas lieu de statuer par une décision spécialement motivée sur ces moyens qui ne sont manifestement pas de nature à entraîner la cassation.

Sur le deuxième moyen

Enoncé du moyen

9. Les sociétés VF font grief à l'arrêt de dire irrecevables comme nouvelles en cause d'appel leurs demandes de transfert de la propriété des marques françaises « Geøgraphical Nørway » n° 3 353 148, « Geographical Norway » n° 3 675 950, « Geographical Norw » n° 3 746 219, « Geographical Norway Expedition » n° 3 936 975 et « Geo Norway » n° 4 048 564, alors « que les prétentions ne sont pas nouvelles dès lors qu'elles tendent aux mêmes fins que celles soumises au premier juge, même si leur fondement juridique est différent ; que l'action en revendication d'une marque, engagée sur le fondement de l'article L. 712-6 du code de la propriété intellectuelle, et l'action en nullité d'une marque pour dépôt frauduleux ou de mauvaise foi tendent aux mêmes fins, à savoir sanctionner l'auteur d'un dépôt effectué de manière frauduleuse ou de mauvaise foi, en le privant du bénéfice de la marque ; qu'en retenant, au contraire, que l'action en revendication de propriété d'une marque qui tend au constat et à la sanction d'une fraude aux droits d'un tiers par le transfert du titre de propriété industrielle à ce dernier et partant laisse subsister la marque, ne tend pas aux mêmes fins qu'une demande de nullité d'un tel dépôt formée devant les premiers juges, qui a pour objet de mettre à néant ce titre de propriété industrielle en raison des agissements fautifs du déposant de mauvaise foi", la cour d'appel a violé les articles 564 et 565 du code de procédure civile. »

Réponse de la Cour

10. Selon l'article 564 du code de procédure civile, à peine d'irrecevabilité relevée d'office, les parties ne peuvent soumettre à la cour de nouvelles prétentions si ce n'est pour opposer compensation, faire écarter les prétentions adverses ou faire juger les questions nées de l'intervention d'un tiers, ou de la survenance ou de la révélation d'un fait. Selon l'article 565 du même code, les prétentions ne sont pas nouvelles dès lors qu'elles tendent aux mêmes fins que celles soumises au premier juge, même si leur fondement juridique est différent.

#3 revendication de propriété

11. D'une part, l'action en revendication de propriété d'une marque, qui tend au constat et à la sanction d'une fraude aux droits d'un tiers par le transfert du titre de propriété industrielle à ce dernier et, partant, laisse subsister la marque,

ne tend pas aux mêmes fins qu'une demande en nullité d'un tel dépôt, qui a pour objet de mettre à néant ce titre de propriété industrielle en raison des agissements fautifs du déposant de mauvaise foi. D'autre part, la demande en revendication de propriété ne constitue pas une demande qui est l'accessoire, la conséquence ou le complément nécessaire d'une demande de nullité de marque.

12. Le moyen, qui postule le contraire, n'est donc pas fondé.

Mais sur le premier moyen, pris en sa première branche

Enoncé du moyen

13. Les sociétés VF font grief à l'arrêt de déclarer irrecevables, comme prescrites, leurs demandes en nullité des marques françaises « Geøgraphical Nørway » n° 3 353 148, « Geographical Norway » n° 3 675 950 et « Geographical Norw » n° 3 746 219, alors « que, selon l'article 124, III, de la loi n° 2019-486 du 22 mai 2019, le nouvel article L. 716-2-6 du code de la propriété intellectuelle, qui dispose que, sous réserve des articles L. 716-2-7 et L. 716-2-8, l'action ou la demande en nullité d'une marque n'est soumise à aucun délai de prescription", s'applique aux titres en vigueur au jour de la publication de la loi n° 2019-486 du 22 mai 2019, soit le 23 mai 2019, tout en restant sans effet sur les décisions ayant force de chose jugée ; qu'il en résulte que le nouvel article L. 716-2-6 s'applique à toutes les actions ou demandes en nullité visant des marques qui étaient en vigueur au 23 mai 2019 et n'ayant pas fait l'objet d'une décision ayant force de chose jugée, peu important que la prescription eût été acquise sous l'empire du droit antérieur ; qu'en énonçant, au contraire, que, dans la mesure où aucune mention expresse dans le texte en cause ne permet de caractériser une volonté contraire sur ce point du législateur, le nouvel article L. 716-2-6 du code de la propriété intellectuelle n'est pas applicable aux actions en nullité de marque dont la prescription était déjà acquise lors de l'entrée en vigueur de la loi Pacte du [22] mai 2019" et en retenant, en conséquence, que les sociétés VF étaient non recevables à agir, du fait de la prescription, en nullité des marques Geøgraphical Nørway" n° 3 353 148, Geographical Norway" n° 3 675 950 et Geographical Norw" n° 3 746 219, la cour d'appel a violé l'article 124 de la loi n° 2019-486 du 22 mai 2019 ainsi que, par fausse application, les articles 2222 et 2224 du code civil et, par refus d'application, l'article L. 712-2-6 du code de la propriété intellectuelle. »

Réponse de la Cour

Vu l'article 124, IIl, de la loi n° 2019-486 du 22 mai 2019, dite « loi Pacte » :

#4 propriété intellectuelle

14. Il résulte de l'article L. 716-2-6 du code de la propriété intellectuelle, qui reprend en substance les dispositions de l'article L. 714-3-1, de ce code, lu en combinaison avec le texte susvisé, que, sous réserve des articles L. 716-2-7 et L. 716-2-8 du même code, l'action ou la demande en nullité d'une marque en vigueur au jour de la publication de la loi Pacte, n'est soumise à aucun délai de prescription.

15. Par l'article 124, IIl, de la loi Pacte, qui est dépourvu d'ambiguïté, le législateur a entendu conférer un effet rétroactif à l'article L. 714-3-1 du code de la propriété intellectuelle, repris en substance à l'article L. 716-2-6 de ce code.

16. A ainsi été rendue imprescriptible, en dehors des hypothèses prévues aux articles L. 716-2-7 et L. 716-2-8 du code de la propriété intellectuelle, toute action en nullité d'une marque en vigueur au 24 mai 2019, date de l'entrée en vigueur de la loi Pacte, sauf en cas de décisions ayant force de chose jugée.

17. Cette imprescriptibilité étant générale, hors l'hypothèse d'une décision passée en force de chose jugée, elle déroge à l'article 2222 du code civil et s'applique à tous les titres en vigueur à cette date, y compris ceux contre lesquels les

actions en nullité étaient prescrites antérieurement.

18. Pour dire que l'article L. 716-2-6 du code de la propriété intellectuelle n'est pas applicable aux actions en nullité de marque dont la prescription était déjà acquise lors de l'entrée en vigueur de la loi Pacte, l'arrêt retient que les nouvelles règles allongent la durée de la prescription et qu'aucune mention expresse de l'article 124, III, de cette loi ne permet de caractériser une volonté du législateur de déroger aux dispositions de l'article 2222 du code civil.

19. En statuant ainsi, la cour d'appel a violé le texte susvisé.

20. Et en l'absence de doute raisonnable quant à l'interprétation des directives 89/104/CEE, 2008/95/CE et (UE) 2015/2436 rapprochant les législations des Etats membres sur les marques, il n'y a pas lieu de saisir la Cour de justice de l'Union européenne de la question préjudicielle suggérée par les sociétés VF.

Sur le troisième moyen, pris en sa première branche, en ce qu'il fait grief à l'arrêt de rejeter la demande en nullité de la marque « Geographical Norway Expedition » n° 3 936 975

Enoncé du moyen

21. Les sociétés VF font grief à l'arrêt de rejeter leur demande en nullité de la marque « Geographical Norway Expedition » n° 3 936 975, alors « que la mauvaise foi doit être appréciée globalement, en tenant compte de l'ensemble des circonstances factuelles du cas d'espèce ; que la demande d'enregistrement d'une marque est susceptible d'être regardée comme ayant été introduite de mauvaise foi nonobstant l'absence, au moment de cette demande, d'utilisation par un tiers d'un signe identique ou similaire à la marque contestée ou l'absence de risque de confusion entre le signe utilisé par un tiers et la marque contestée, ou en cas d'absence d'utilisation, par un tiers, d'un signe identique, d'autres circonstances factuelles pouvant, le cas échéant, constituer des indices pertinents et concordants établissant la mauvaise foi du demandeur ; qu'en retenant que la seule reprise du drapeau norvégien associé à des expressions et logos dissemblables ne suffit pas à caractériser la mauvaise foi de M. [D], ce d'autant que les produits en cause sont différents", puis que les procédures antérieures ayant opposé les parties et portant sur d'autres signes, comme les demandes d'enregistrement de marques déposées par M. [D] qui porteraient, selon les sociétés VF, atteintes aux droits de tiers, sont également inopérantes à démontrer un comportement frauduleux de M. [D] s'agissant du dépôt de la marque en cause", que M. [D] avait déposé l'expression Geographical Norway" à titre de marque dès 2005 et que l'usage qui serait fait par la société Artextyl des termes Geographical Norway" associés au drapeau norvégien sur des modèles de vêtements considérés par les sociétés VF comme imitant ceux qu'elles commercialisent, est tout aussi inopérant s'agissant d'apprécier le dépôt frauduleux d'une marque", sans se livrer à une appréciation globale de ces différents facteurs afin de rechercher si, compte tenu de l'étendue de la renommée, du succès commercial et de l'image haut de gamme des produits Napapijri", compte tenu également du comportement passé de M. [D] à l'égard des sociétés VF et des tiers ainsi que de l'usage que M. [D] a fait du signe Geographical Norway" sur des produits imitant ceux qu'elles commercialisent, le choix d'un signe constitué de la combinaison (i) d'un logo en forme de cartouche rectangulaire, (ii) d'un motif de drapeau norvégien et (iii) du terme Geographical", qui est équivalent au signe Geographic", ne révélait pas l'intention de M. [D] de se placer indûment dans le sillage des produits Napapijri" et des sociétés VF, en déposant la marque n° 3 936 975, et de porter ainsi atteinte aux intérêts de ces sociétés de manière non conforme aux usages honnêtes, la cour d'appel a privé sa décision de base légale au regard de l'article L. 712-6 du code de la propriété intellectuelle et du principe selon lequel la fraude corrompt tout . »

Réponse de la Cour

Vu l'article L. 712-6 du code de la propriété intellectuelle et le principe « fraus omnia corrumpit » :

22. Selon ce texte et ce principe, si un enregistrement a été demandé soit en fraude des droits d'un tiers, soit en violation d'une obligation légale ou conventionnelle, la personne qui estime avoir un droit sur la marque peut

revendiquer sa propriété en justice ou la nullité de la marque peut être demandée pour dépôt frauduleux.

23. L'article L. 712-6 doit être interprété à la lumière de l'article 3, paragraphe 2, sous d) de la directive 2008/95/CE du 22 octobre 2008 rapprochant les législations des Etats membres sur les marques, dont il assure la transposition en droit interne.

24. L'existence d'un risque de confusion dans l'esprit du public ne doit pas nécessairement être établie pour que la cause de nullité prévue à l'article 3, paragraphe 2, sous d), de la directive 2008/95/CE puisse s'appliquer.

#5 risque de confusion dans l esprit du public

25. En l'absence de risque de confusion entre le signe utilisé par un tiers et la marque contestée, ou en cas d'absence d'utilisation, par un tiers, d'un signe identique ou similaire à la marque contestée, d'autres circonstances factuelles peuvent, le cas échéant, constituer un ensemble d'indices pertinents et concordants établissant la mauvaise foi du demandeur. Lorsqu'il ressort de ces autres circonstances que le titulaire de la marque contestée a déposé la demande d'enregistrement de cette marque avec l'intention de porter atteinte, d'une manière non conforme aux usages honnêtes, aux intérêts de tiers, ou avec l'intention d'obtenir, sans même viser un tiers en particulier, un droit exclusif à des fins autres que celles relevant des fonctions d'une marque, l'existence d'une telle intention doit conduire à l'application de la cause de nullité absolue visée à l'article 3, paragraphe 2, sous d), de la directive 2008/95/CE, qu'il y ait eu risque de confusion dans l'esprit du public ou non (voir, s'agissant de la nullité d'une marque de l'Union fondée sur son dépôt de mauvaise foi, CJUE, arrêts du 12 septembre 2019, Koton Magazacilik Tekstil Sanayi ve Ticaret/EUIPO, C-104/18 P, points 46, 54 et 56, et du 13 novembre 2019, Outsource Professional Services/EUIPO, C-528/18 P, point 61).

26. Ladite intention du demandeur d'une marque est un élément subjectif qui doit cependant être déterminé de manière objective par les autorités administratives et judiciaires compétentes. Par conséquent, toute allégation de mauvaise foi doit être appréciée globalement, en tenant compte de l'ensemble des circonstances factuelles pertinentes du cas d'espèce (arrêts précités du 12 septembre 2019, Koton Magazacilik Tekstil Sanayi ve Ticaret/EUIPO, point 47 et jurisprudence citée, et Outsource Professional Services/EUIPO, point 63).

27. Pour rejeter la demande en nullité de la marque « Geographical Norway Expedition » n° 3 936 975, l'arrêt, après avoir relevé que les éléments caractéristiques de l' « environnement Napapijri », bien connus du consommateur de vêtements sportswear chic, sont le logo « Napapijri Geographic », déposé à titre de marque, et le drapeau norvégien auquel il est associé sur un grand nombre de produits, qui constituent ensemble l'emblème de la marque, retient que l'élément « Geographic » inséré dans le cartouche contenant le signe « Napapijri », est négligeable, que l'expression « Geographical Norway Expedition » est différente tant visuellement que phonétiquement de « Napapijri Geographic » et que le logo « Geographical Norway Expedition » ne reprend pas la calligraphie particulière du logo « Napapijri », de sorte que la seule reprise du drapeau norvégien associé à des expressions et logos dissemblables dans la marque « Geographical Norway Expedition » n° 3 936 975 déposée par M. [D] n'est pas de nature à caractériser la mauvaise foi de ce dernier.

28. Il écarte par ailleurs, comme étant des éléments inopérants pour apprécier le dépôt de mauvaise foi, les procédures antérieures ayant opposé les parties au litige, les demandes d'enregistrement de marques déposées par M. [D] dont les sociétés VF soutenaient qu'elles portaient atteinte aux droits de tiers ainsi que l'association du drapeau norvégien avec les termes « Geographical Norway » sur des modèles de vêtements qui imiteraient ceux commercialisés par les sociétés VF.

29. Il en déduit que l'ensemble des circonstances factuelles ne suffisent pas à caractériser qu'en déposant la marque n° 3 936 975, M. [D] n'avait pas pour but de participer de manière loyale au jeu de la concurrence mais avait l'intention de porter atteinte, d'une manière non conforme aux usages honnêtes, aux intérêts de la société VF.

#6 nullité de la marque

30. En statuant ainsi, alors que l'absence de similitude entre la marque « Geographical Norway Expedition » n° 3 936 975 dont la nullité était demandée et les marques des sociétés VF ne la dispensait pas de procéder à l'analyse globale de l'ensemble des circonstances factuelles pertinentes, y compris celles qui sont postérieures au dépôt, la cour d'appel, qui a écarté, sans les examiner comme elle y était tenue, certains des éléments invoqués par les demandeurs à l'action en nullité, a violé le texte et le principe susvisés.

Sur ce moyen, pris en sa dixième branche, en ce qu'il fait grief à l'arrêt de rejeter la demande en nullité de la marque « Geo Norway » n° 4 048 564

Enoncé du moyen

31. Les sociétés VF font grief à l'arrêt de rejeter leur demande en nullité de la marque « Geo Norway » n° 4 048 564, alors « que la mauvaise foi doit être appréciée globalement, en tenant compte de l'ensemble des circonstances factuelles du cas d'espèce ; qu'en l'espèce, pour retenir l'absence de preuve de la mauvaise foi de M. [D], s'agissant du dépôt de la marque Geo Norway" n° 4 048 564, la cour d'appel s'est fondée sur le fait que ce signe est totalement différent tant visuellement que phonétiquement du signe Napapijri Geographic utilisé par les sociétés VF, aucun drapeau norvégien ne venant compléter l'expression déposée à titre de marque, la seule référence à la Norvège du fait de la présence du vocable Norway" ; qu'en statuant ainsi sans rechercher, comme elle y était invitée, au terme d'une appréciation globale des facteurs en présence, si, compte tenu de l'importante renommée des produits Napapijri" et de leur image de produits de luxe et haut de gamme, compte tenu du comportement passé de M. [D] à l'égard des sociétés VF et des tiers et compte tenu également de l'usage que M. [D] a fait du signe Geographical Norway" sur des modèles de vêtements imitant ceux qu'elles commercialisent, le dépôt de la marque Geo Norway" pour des vêtements, composée, d'une part, du terme Geo", alors que la dénomination Geographic" est utilisée sur les produits Napapijri" depuis les années 1990, et d'autre part, du terme Norway", alors que le drapeau norvégien est apposé de façon systématique sur les produits Napapijri", ne révélait pas l'intention de M. [D], de se placer indûment dans le sillage des produits Napapijri" et des sociétés VF, en déposant la marque Geo Norway" n° 4 048 564, et de porter ainsi atteinte aux intérêts de ces sociétés de manière non conforme aux usages honnêtes, la cour d'appel a privé sa décision de base légale au regard de l'article L. 712-6 du code de la propriété intellectuelle et le principe selon lequel la fraude corrompt tout. »

Réponse de la Cour

Vu l'article L. 712-6 du code de la propriété intellectuelle et le principe « fraus omnia corrumpit » :

#7 nullité de la marque

32. Pour rejeter les demandes en nullité de la marque « Geo Norway » n° 4 048 564, l'arrêt retient que la marque verbale « Geo Norway » n° 4 048 564 déposée le 18 novembre 2013 est totalement différente du signe « Napapijri Geographic » et qu'aucun drapeau norvégien ne vient compléter ce signe, la seule référence à la Norvège du fait de la présence du vocable « Norway » étant inopérante.

33. Il en déduit qu'aucune des circonstances factuelles ne suffit à caractériser le fait qu'en déposant la marque n° 4 048 564, M. [D] n'avait pas pour but de participer de manière loyale au jeu de la concurrence mais avait l'intention de porter atteinte d'une manière non conforme aux usages honnêtes, aux intérêts de la société VF.

34. En statuant ainsi, alors que l'absence de similitude entre la marque « Geo Norway » n° 4 048 564, dont la nullité était demandée et les marques des sociétés VF ne la dispensait pas de procéder à l'analyse globale de l'ensemble des circonstances factuelles pertinentes, y compris celles qui sont postérieures au dépôt, la cour d'appel, qui a écarté, sans

les examiner comme elle y était tenue, certains des éléments invoqués par les demandeurs à l'action en nullité, a violé le texte et le principe susvisés.

Sur le sixième moyen, pris en sa première branche

Enoncé du moyen

#8 actes de concurrence déloyale

35. Les sociétés VF font grief à l'arrêt de retenir que la société Artextyl a commis des actes de concurrence déloyale à leur préjudice uniquement en « reprenant les points caractéristiques et emblématiques des produits commercialisés par les sociétés VF International SAGL et VF J France et sous la marque « Napapijri », à savoir en faisant usage du signe complexe avec en dessous la représentation du drapeau norvégien et en les apposant de la même manière sur le devant de parkas qui s'enfilent par la tête de formes très similaires aux parkas Skidoo ou Rainforest », et en conséquence de limiter la mesure d'interdiction prononcée à l'encontre de la société Artextyl à ces seuls agissements, et de ne faire injonction à la société Artextyl que de communiquer les éléments comptables relatifs à la seule commercialisation des produits précités, alors « que, dans leurs conclusions d'appel, les sociétés VF n'incriminaient pas uniquement, au titre de la concurrence

#9 actes de concurrence déloyale

déloyale, l'usage du signe avec en dessous la représentation d'un drapeau norvégien mais reprochaient, plus largement, à la société Artextyl d'avoir copié la combinaison des éléments marqueurs de l' environnement Napapijri", en adoptant le logo précité ou des variantes de celui-ci ; que la cour d'appel a elle-même constaté que la société Artextyl avait notamment utilisé le logo ‘Geographical Norway Expedition' avec un drapeau norvégien" ; qu'en se limitant à retenir que la société Artextyl a commis des actes de concurrence déloyale en reprenant les points caractéristiques et emblématiques des produits commercialisés par les sociétés VF International SAGL et VF J France et sous la marque 'Napapijri', à savoir en faisant usage du signe complexe avec en dessous la représentation du drapeau norvégien et en les apposant de la même manière sur le devant de parkas qui s'enfilent par la tête de formes très similaires aux parkas Skidoo ou Rainforest", et en interdisant la poursuite de ces seuls agissements, sans rechercher, plus largement, si la société Artextyl ne s'était pas également rendue coupable d'actes de concurrence déloyale ou parasitaire en utilisant des variantes de ce logo et s'il ne convenait pas d'interdire également de tels usages, la cour d'appel a privé sa décision de base légale au regard de l'article 1240 du code civil. »

Réponse de la Cour

Vu l'article 1240 du code civil :

36. Aux termes de ce texte, tout fait quelconque de l'homme, qui cause à autrui un dommage, oblige celui par la faute duquel il est arrivé à le réparer.

#10 risque de confusion

37. Pour juger que la société Artextyl a commis des actes de concurrence déloyale du seul fait de l'utilisation du signe complexe « Geographical Norway » avec en dessous la représentation du drapeau norvégien apposés de la même manière sur le devant de parkas qui s'enfilent par la tête, de formes très similaires aux parkas Skidoo ou Rainforest, et, en conséquence, limiter les mesures d'interdiction et de communication d'éléments comptables prononcées à l'encontre de la société Artextyl à ces seuls agissements, l'arrêt se borne à retenir que la société Artextyl a repris les points caractéristiques et emblématiques des produits commercialisés sous la marque « Napapijri », qui bénéficient d'une notoriété certaine parmi le public français, pour les apposer de la même manière sur des vêtements de formes

très similaires aux parkas Skidoo ou Rainforest vendues par les sociétés VF, engendrant ainsi un risque de confusion entre les produits, la combinaison de ces points communs n'étant pas issus du fonds commun du sport d'extérieur.

38. En se déterminant ainsi, sans rechercher, comme elle y était invitée, si l'utilisation de variantes du logo « Geographical Norway » n'entraînait pas également un risque de confusion avec le logo « Napapijri », la cour d'appel n'a pas donné de base légale à sa décision.

Sur le sixième moyen, pris en sa troisième branche

Enoncé du moyen

#11 actes de concurrence déloyale

39. Les sociétés VF font le même grief à l'arrêt, alors « que, dans leurs conclusions d'appel, les sociétés VF ne reprochaient pas seulement à la société Artextyl d'avoir utilisé le signe complexe Geographical Norway" avec en dessous la représentation du drapeau norvégien et de l'avoir apposé de la même manière sur le devant de parkas qui s'enfilent par la tête de formes très similaires aux parkas Skidoo ou Rainforest" ; qu'elles lui reprochaient, plus largement, d'avoir créé un risque de confusion dans l'esprit du public ou commis des actes de concurrence parasitaire, en reprenant la combinaison des marqueurs de l'identité visuelle des produits Napapijri" non seulement sur des parkas très similaires aux parkas Skidoo ou Rainforest mais également sur d'autres collections de vêtements ayant le même positionnement spécifique que les produits Napapijri", tels que des vestes à capuche et des pulls ; qu'en se limitant à retenir que la société Artextyl a commis des actes de concurrence déloyale en reprenant les points caractéristiques et emblématiques des produits commercialisés par les sociétés VF International SAGL et VF J France et sous la marque 'Napapijri', à savoir en faisant usage du signe complexe ‘Geographical Norway' avec en dessous la représentation du drapeau norvégien et en les apposant de la même manière sur le devant de parkas qui s'enfilent par la tête de formes très similaires aux parkas Skidoo ou Rainforest", et en interdisant la poursuite de ces seuls agissements, sans prendre en compte les autres produits invoqués par les sociétés VF, la cour d'appel a privé sa décision de base légale au regard de l'article 1240 du code civil ;

Réponse de la Cour

Vu l'article 1240 du code civil :

40. En se déterminant par les motifs repris au paragraphe 37 du présent arrêt, sans rechercher, comme elle y était invitée, si la reprise des points caractéristiques et emblématiques des produits commercialisés sous la marque « Napapijri » sur les autres produits commercialisés par la société Artextyl, dont les sociétés VF prétendaient qu'ils constituent la copie servile de leurs propres produits, ne constituaient des actes de concurrence déloyale, la cour d'appel n'a pas donné de base légale à sa décision.

Sur le sixième moyen, pris en sa quatrième branche

Enoncé du moyen

#12 concurrence déloyale et parasitaire

41. Les sociétés VF font le même grief à l'arrêt, alors « que, dans leurs conclusions d'appel, les sociétés VF reprochaient également à la société Artextyl d'avoir commis des actes de concurrence déloyale et parasitaire, en copiant de nombreux produits des collections Napapijri", à savoir, outre la parka Skidoo", des vestes à capuches, des sacs, pulls, t-shirts, doudounes sans manches et sacs à dos ; qu'en s'abstenant de rechercher si ces agissements n'étaient pas constitutifs de concurrence déloyale ou parasitaire, la cour d'appel a privé sa décision de base légale au regard de l'article 1240 du code civil. »

Réponse de la Cour

Vu l'article 1240 du code civil :

42. En se déterminant par les motifs repris au paragraphe 37 du présent arrêt, sans rechercher, comme elle y était invitée, si la société Artextyl n'avait pas copié de nombreux produits des collections « Napapijri », à savoir, outre la parka « Skidoo », des vestes à capuches, des sacs, pulls, t-shirts, doudounes sans manches et sacs à dos et ainsi commis des actes constitutifs de concurrence déloyale, la cour d'appel n'a pas donné de base légale à sa décision.

Sur le sixième moyen, pris en sa cinquième branche

Enoncé du moyen

43. Les sociétés VF font le même grief à l'arrêt, alors « que, dans leurs conclusions d'appel, les sociétés VF reprochaient également à la société Artextyl d'avoir commis des actes de concurrence déloyale et parasitaire, en reprenant leurs visuels publicitaires ; qu'en s'abstenant de rechercher si ces agissements n'étaient pas constitutifs de concurrence déloyale ou parasitaire, la cour d'appel a privé sa décision de base légale au regard de l'article 1240 du code civil. »

Réponse de la Cour

Vu l'article 1240 du code civil :
#13 actes de concurrence déloyale

44. En se déterminant par les motifs repris au paragraphe 37 du présent arrêt, sans rechercher, comme elle y était invitée, si la société Artextyl n'avait pas commis des actes de concurrence déloyale en reprenant les visuels publicitaires des sociétés VF, la cour d'appel n'a pas donné de base légale à sa décision.

Sur le sixième moyen, pris en sa sixième branche

Enoncé du moyen

45. Les sociétés VF font le même grief à l'arrêt, alors « que, dans leurs conclusions d'appel, les sociétés VF reprochaient encore à la société Artextyl d'avoir entretenu une communication ambiguë sur les liens entre Napapijri" et Geographical Norway" ; qu'en s'abstenant de rechercher si ces agissements n'étaient pas constitutifs de concurrence déloyale ou parasitaire, la cour d'appel a privé sa décision de base légale au regard de l'article 1240 du code civil. »

Réponse de la Cour

Vu l'article 1240 du code civil :

46. En se déterminant par les motifs repris au paragraphe 37 du présent arrêt, sans rechercher, comme elle y était invitée, si la société Artextyl n'avait pas commis des actes de concurrence déloyale en entretenant une communication ambiguë sur les liens entre les signes « Napapijri » et « Geographical Norway », la cour d'appel n'a pas donné de base légale à sa décision.

Dispositif

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

CASSE ET ANNULE, mais seulement en ce que, confirmant le jugement entrepris, il déclare irrecevables comme prescrites les sociétés VF International SAGL et VF J France en leur demande de nullité des marques verbales françaises « Geøgraphical Nørway » n° 3 353 148, « Geographical Norway » n° 3 675 950 et « Geographical Norw » n° 3 746 219, en ce qu'il rejette les demandes formées par les sociétés VF International et VF J France en nullité de l'enregistrement des marques « Geographical Norway Expedition » n° 3 936 975 et « Geo Norway » n° 4 048 564, en ce qu'il limite l'interdiction, sous astreinte, faite à la société Artextyl de poursuivre des actes de concurrence déloyale aux actes résultant de la reprise des points caractéristiques et emblématiques des produits commercialisés par les sociétés VF International SAGL et VF J France sous la marque « Napapijri », à savoir en faisant usage du signe complexe « Geographical Norway » avec en dessous la représentation du drapeau norvégien et en les apposant de la même manière sur le devant de parkas qui s'enfilent par la tête de formes très similaires aux parkas Skidoo ou Rainforest et en ce qu'il fait injonction à la société Artextyl de communiquer, sous astreinte, aux sociétés VF International SAGL et VF J France les éléments comptables relatifs à la commercialisation de ces seuls produits, l'arrêt rendu le 15 mars 2024, entre les parties, par la cour d'appel de Paris ;

Remet, sur ces points, l'affaire et les parties dans l'état où elles se trouvaient avant cet arrêt et les renvoie devant la cour d'appel de Paris, autrement composée ;

Condamne in solidum M. [D] ainsi que les sociétés Super Brand Licencing et Artextyl aux dépens ;

En application de l'article 700 du code de procédure civile, rejette la demande formée par M. [D] ainsi que les sociétés Super Brand Licencing et Artextyl et les condamne in solidum à payer aux sociétés VF International SAGL et VF J France la somme globale de 5 000 euros ;

Dit que sur les diligences du procureur général près la Cour de cassation, le présent arrêt sera transmis pour être transcrit en marge ou à la suite de l'arrêt partiellement cassé ;

Ainsi fait et jugé par la Cour de cassation, chambre commerciale, financière et économique, et prononcé publiquement le vingt-huit janvier deux mille vingt-six par mise à disposition de l'arrêt au greffe de la Cour, les parties ayant été préalablement avisées dans les conditions prévues au deuxième alinéa de l'article 450 du code de procédure civile et signé par le président, la conseillère référendaire rapporteure et Mme Labat, greffière de chambre, qui a assisté au prononcé de l'arrêt, conformément aux dispositions des articles 456 et 1021 du code de procédure civile.