

Cour de cassation

chambre commerciale

Audience publique du 20 septembre 2016

N° de pourvoi: 14-25131

ECLI:FR:CCASS:2016:CO00774

Publié au bulletin

Cassation partielle

Mme Mouillard (président), président

Me Bertrand, SCP Hémerly et Thomas-Raquin, avocat(s)

REPUBLIQUE FRANCAISE

AU NOM DU PEUPLE FRANCAIS

LA COUR DE CASSATION, CHAMBRE COMMERCIALE, a rendu l'arrêt suivant :

Attendu, selon l'arrêt attaqué et les productions, que la société Emilio Pucci (la société Pucci), qui exerce ses activités dans le domaine de la création et de la distribution d'articles de prêt à porter et d'accessoires, a employé M. X... en qualité de directeur artistique de 2005 à 2008 ; qu'une collection de vêtements et d'accessoires, créée par celui-ci pour la société de droit suédois H&M Hennes et Mauritz AB (la société H&M AB), a été commercialisée à partir du mois d'avril 2009, sous la dénomination « Matthew X... pour H&M » ; que faisant valoir que des annonces promotionnelles de cette collection présentaient les articles comme émanant de la maison « Pucci » et estimant que la collection reprenait son style et ses imprimés et entretenait une confusion avec ses produits, la société Pucci a assigné la société H&M AB et sa filiale française, la société H&M Hennes et Mauritz (la société H&M), ainsi que M. X... en paiement de dommages-intérêts notamment pour concurrence déloyale et parasitaire ; qu'un arrêt du 6 juillet 2011, devenu irrévocable par suite du rejet du pourvoi formé à son encontre (chambre commerciale, financière et économique, 26 février 2013, pourvoi n° 11-27.139), a confirmé, sur le fondement de l'article 6, point 1, du règlement (CE) 44/2001 du 22 décembre 2000, l'ordonnance du juge de la mise en état ayant déclaré le tribunal de grande instance de Paris compétent pour connaître du litige initié par la société Pucci à l'égard de l'ensemble des défendeurs ;

Sur le premier moyen, pris en sa première branche :

Attendu que la société Pucci fait grief à l'arrêt du rejet de ses demandes au titre de la concurrence déloyale et parasitaire subie en France alors, selon le moyen, que le parasitisme, qui consiste, pour un opérateur économique, à se placer dans le sillage d'un autre en profitant indûment de la notoriété acquise ou des investissements consentis, résulte d'un ensemble d'éléments appréhendés dans leur globalité, indépendamment de tout risque de confusion ; qu'en déboutant la société Pucci de ses demandes au titre de la concurrence déloyale et parasitaire, sans rechercher, comme elle y était invitée, au terme d'une appréciation globale de l'ensemble des éléments invoqués par cette société, si indépendamment de tout risque de confusion dans l'esprit de la clientèle, les sociétés H&M et M. X... ne s'étaient pas fautivement placés dans le sillage de la société Pucci et n'avaient pas indûment tiré profit de ses investissements et de sa renommée, en faisant réaliser, par l'ancien directeur de la Maison Pucci, quelques semaines à peine après son départ de celle-ci, avec la participation du consultant en stylisme de cette Maison, une collection de vêtements, dont les imprimés présentaient d'importantes similitudes avec ceux utilisés par la Maison Pucci, collection, en outre, principalement axée sur les vêtements de bain, domaine dans lequel la Maison Pucci jouit d'une notoriété particulière, et comportant notamment un modèle de lunettes de soleil très proche de ceux de la Maison Pucci vendu dans un étui blanc très similaire, et en insistant, dans sa communication, sur les liens passés entre le créateur de cette collection et la Maison Pucci, la cour d'appel, qui a pourtant elle-même relevé que certains commentateurs avaient indiqué que les articles de cette collection étaient ou semblaient être inspirés du style Pucci, a privé sa décision de base légale au regard de l'article 1382 du code civil ;

Mais attendu qu'ayant procédé à l'analyse globale des éléments invoqués par la société Pucci au soutien de sa demande fondée sur le parasitisme, l'arrêt retient, par motifs propres et adoptés, et dans l'exercice de son pouvoir souverain, que la société Pucci n'établit pas quel serait son style particulier qui constituerait une valeur économique individualisée, fruits d'investissements, que les sociétés H&M AB et H&M auraient voulu copier et que la thèse de la société Pucci selon laquelle la société H&M AB avait mis en avant, dans sa publicité, les liens entre M. X..., créateur de la collection « capsule » et la « maison Pucci » n'est pas établie ; qu'ayant ainsi fait ressortir que les sociétés H&M AB et H&M n'avaient pas cherché à se placer dans le sillage de la société Pucci pour tirer profit de sa notoriété ou de ses investissements, la cour d'appel, qui a procédé aux recherches prétendument omises, a légalement justifié sa décision ; que le moyen n'est pas fondé ;

Et sur le moyen, pris en sa seconde branche :

Attendu qu'il n'y a pas lieu de statuer par une décision spécialement motivée sur ce moyen, qui n'est manifestement pas de nature à entraîner la cassation ;

Mais sur le second moyen, pris en sa deuxième branche :

Vu les articles 2 et 6, point 1, du règlement (CE) 44/2001 du 22 décembre 2000 concernant la compétence judiciaire, la reconnaissance et l'exécution des décisions en matière civile et commerciale ;

Attendu que pour rejeter la demande de la société Pucci au titre de la concurrence déloyale et parasitaire subie ailleurs qu'en France, l'arrêt retient que le fait qu'il ait été définitivement jugé entre les parties que les juridictions françaises étaient compétentes pour connaître du présent litige et des conséquences dommageables résultant des actes commis par tous les codéfendeurs, au motif que l'un d'eux était domicilié en France, n'a pas pour effet de faire entrer dans la compétence de ces juridictions la réparation de faits dommageables commis à l'étranger, dans lesquels la société française H&M, codéfendeur d'ancrage, n'est pas impliquée ; qu'il ajoute que la société Pucci n'établit d'ailleurs pas d'actes délictueux commis par les deux sociétés H&M à l'étranger et en déduit qu'il convient de statuer uniquement sur les actes de concurrence déloyale et parasitaire affectant le marché français ;

Qu'en statuant ainsi, alors qu'en l'état de la décision précitée du 6 juillet 2011, elle était compétente, par application combinée des textes susvisés, pour statuer sur l'intégralité du préjudice résultant des actes de concurrence déloyale et parasitaire reprochés aux sociétés H&M AB et H&M, peu important que cette dernière société, établie en France, n'ait elle-même commis aucun fait dommageable à l'étranger, la cour d'appel a violé ces textes ;

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

CASSE ET ANNULE, mais seulement en ce que, confirmant le jugement, il déboute la société Emilio Pucci de ses demandes au titre de la concurrence déloyale et parasitaire subie ailleurs qu'en France, l'arrêt rendu le 9 mai 2014, entre les parties, par la cour d'appel de Paris ; remet, en conséquence, sur ce point, la cause et les parties dans l'état où elles se trouvaient avant ledit arrêt et, pour être fait droit, les renvoie devant la cour d'appel de Paris, autrement composée ;

Condamne les sociétés H&M Hennes et Mauritz AB et H&M Hennes et Mauritz aux dépens ;

Vu l'article 700 du code de procédure civile, les condamne à payer à la société Emilio Pucci Srl la somme globale de 3 000 euros et rejette les autres demandes ;

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 par le président en son audience publique du vingt septembre deux mille seize.

MOYENS ANNEXES au présent arrêt.

Moyens produits par la SCP Hémerly et Thomas-Raquin, avocat aux Conseils, pour la société Emilio Pucci Srl.

PREMIER MOYEN DE CASSATION

Il est fait grief à l'arrêt attaqué d'avoir débouté la société Emilio Pucci de ses demandes au titre de la concurrence déloyale et parasitaire subie en France, ainsi que de sa demande subséquente de publication judiciaire ;

AUX MOTIFS PROPRES QUE « la concurrence déloyale doit être appréciée au regard du principe de la liberté du commerce ce qui implique qu'un signe ou un produit qui ne fait pas l'objet de droits de propriété intellectuelle, puisse être librement reproduit, sous certaines conditions tenant à l'absence de faute par la création d'un risque de confusion dans l'esprit de la clientèle sur l'origine du produit, circonstance attentatoire à l'exercice paisible et loyal du commerce ; que l'appréciation de la faute au regard du risque de confusion doit résulter d'une approche concrète et circonstanciée des faits de la cause prenant en compte notamment le caractère plus ou moins servile, systématique ou répétitif de la reproduction ou de l'imitation, l'ancienneté d'usage, l'originalité, la notoriété de la prestation copiée ; qu'ainsi le principe est la liberté du commerce ce qui implique qu'un produit qui ne fait pas l'objet de droits de propriété intellectuelle peut être

librement reproduit, sous réserve de l'absence de faute préjudiciable à un exercice paisible et loyal de la concurrence ; que pour que la vente d'un produit identique constitue un acte de concurrence déloyale il convient de démontrer que cette reproduction est fautive ; que le parasitisme économique est caractérisé par la circonstance selon laquelle une personne, à titre lucratif et de façon injustifiée, s'inspire ou copie la valeur économique d'autrui, individualisée et procurant un avantage concurrentiel fruit d'un savoir-faire, d'un travail intellectuel et d'investissements ; que la société Emilio Pucci reproche aux intimés d'avoir mis en oeuvre un ensemble de comportements déloyaux en mettant systématiquement en avant à des fins publicitaires, la qualité d'ancien styliste de monsieur X... de la Maison Pucci aux travers d'articles de presse, d'interviews, dans le magazine publicitaire H&M, d'avoir commercialisé des articles dans le même secteur de l'habillement, très proches des imprimés Pucci immédiatement identifiables, caractérisés par l'utilisation d'imprimés aux couleurs particulièrement vives représentant des dessins sensiblement abstraits et complexes constituant véritablement sa signature, en commercialisant des lunettes dont le modèle et l'emballage évoquent celles de la maison Pucci, et en vendant ces produits à un prix très inférieur ; qu'elle précise que la qualité d'ancien styliste de monsieur X... avec Emilio Pucci qui a collaboré avec H&M très peu de temps après la fin de son intervention chez la maison Emilio Pucci, a été utilisée pour favoriser la commercialisation d'articles de la collection « Capsule », prêtant à confusion avec les siens, par imitation de son style, notamment par la commercialisation d'une tunique en soie mise en avant sur ses visuels ; qu'elle ajoute qu'il en est de même pour les lunettes de soleil notamment par rapport à celles de la collection automne hiver 2008 de la maison Pucci qui sont de forme sensiblement identique présentant une monture large sur laquelle sont apposés des dessins abstraits et complexes de couleurs particulièrement vives, vendues dans des étuis blancs extrêmement proches des siens ; qu'elle soutient que l'univers de monsieur Matthew X... est très éloigné de celui de la maison Pucci et que ce rapprochement n'est donc pas fortuit ; qu'elle poursuit en indiquant que la société H&M AB a sollicité la participation d'un consultant en stylisme de la maison Pucci, monsieur Y... ; que ces faits ont entraîné des confusions avérées dans l'esprit du public comme cela ressort des annonces de ventes de produits H&M Capsule sur le site Ebay les présentant comme émanant de Pucci ou réalisés à partir d'imprimés Pucci ; qu'elle précise qu'elle dépense des sommes considérables consacrées notamment à la conception de ses collections, à la préparation de ses défilés et à la promotion de ses créations et qu'elle a dépensé pour les deux défilés de l'année 2009 la somme de 734.142 euros et celle de 714.432 euros pour l'élaboration de ses deux catalogues annuels alors que ses frais annuels en relations publiques s'élèvent à la somme de 528.513 euros, outre les honoraires annuels de monsieur Y... à hauteur de 253.232 euros ; qu'elle fait donc valoir que les intimés ont illicitement cherché à profiter de son savoir-faire, de son style emblématique et de ses investissements ; que cependant la société Emilio Pucci n'est pas fondée à prétendre que la société H&M AB a demandé à monsieur Matthew X... de créer une collection prêtant à confusion avec le style Pucci car celui-ci, lors d'une interview en mars 2009, avant le litige, a déclaré « H&M n'est pas venu avec un catalogue de demandes ou d'exigences au contraire, j'ai été entièrement libre, j'ai vraiment pu développer là ce qui

constitue mon style, les détails des matières, les combinaisons de couleurs. Sur ces points-là, je suis vraiment obsessionnel » ; que Monsieur Matthew X..., justifie avoir également développé depuis plusieurs années un style de vêtements fluides très colorés, des journalistes le qualifiant de « coloriste hors pair, ayant un goût pour le chatonnement des couleurs » avec « des imprimés exotiques » évoquant « une explosion de couleurs », « des motifs spectaculaires, géométriques abstraits » « utilisant des matières nobles comme la soie et le cachemire » alors que d'autres maisons dans le milieu de la haute couture sont également connues pour exploiter ce style d'imprimés avec des déclinaisons de motifs colorés, des formes géométriques abstraites variées tels que Diane Von Furstenberg, Carlos Miele, Missoni ; qu'il en ressort que bien avant sa collaboration avec la maison Pucci, monsieur Matthew X... créait des tuniques et vêtements du même style que ceux qu'il a créés pour la collection Capsule de la société H&M ; que la société Emilio Pucci ne peut donc s'approprier un monopole sur un style d'imprimés de couleurs vives et kaléidoscopiques ; qu'il ne peut par ailleurs être reproché à la société H&M d'avoir sollicité la collaboration de monsieur Georges Y... qui est styliste indépendant qui travaille comme consultant simultanément pour plusieurs opérateurs dans le milieu de la mode et qui avait déjà travaillé avec la société H&M ; que s'il est légitimement mentionné dans l'article du magazine numérique H&M été 2009 qui est consacré à Matthew X..., comme un élément de sa biographie, cette information n'a pas été reprise par cette société sur d'autres supports ; que l'examen des articles de presse consacrés à la collection de vêtements et accessoires créés par monsieur Matthew X... pour H&M fait apparaître que la référence faite à la collaboration de celui-ci avec la Maison Pucci, ne s'inscrit que dans le cadre d'une information relative à son parcours professionnel, les seules associations de la maison Pucci avec la société H&M n'étant le fait que des seuls journalistes ; que d'ailleurs les articles consacrés à la maison Pucci font également référence à la collaboration de monsieur Matthew X... ; que sur toutes les publicités présentant la collection de vêtements Capsule, apparaissent le logo H&M et la mention « Matthew X... For H&M » excluant tout risque de confusion avec la maison Pucci et ce d'autant que les deux sociétés n'empruntent pas les mêmes circuits de distribution, ne s'adressent pas au même public et que les produits sont offerts à des prix très différents ; que les trois extraits d'annonces de revente de produits de cette collection sur le site Ebay dont certains comportent encore la mention « Matthew X... For H&M » et les commentaires d'un blogueur, étrangers aux intimés, ne sont pas de nature à établir un quelconque risque de confusion avec la société Pucci ; que concernant la commercialisation contestée de lunettes de soleil ayant une monture large sur lesquelles sont apposés des dessins abstraits et complexes de couleurs particulièrement vives, dans des étuis blancs, il convient de relever que leur forme est banale et que d'autres sociétés (modèles Christian Dior, Paloma Picasso) apposent également des dessins abstraits et colorés sur des montures de lunette de sorte qu'il ne peut être reproché aux intimés dans le cadre de cette collection Capsule de vendre concomitamment des lunettes de soleil qui rappellent le style de monsieur X... matérialisée dans cette collection ; que ce dernier ayant préalablement vendu sous son nom un modèle de lunette de soleil dans le même style ; qu'il n'est donc établi aucun acte de concurrence déloyale à l'encontre des intimés ; qu'aucun acte distinct de ceux invoqués au titre de la concurrence déloyale n'étant

invoqué et établi au titre des actes de parasitisme reprochés par la société Emilio Pucci, il ne peut être soutenu que les intimés se sont appropriés les investissements financiers engagés par elle pour soutenir la promotion de ses produits ; que c'est donc à bon droit que le tribunal a rejeté les demandes formées à ce titre » ;

ET AUX MOTIFS EVENTUELLEMENT ADOPTES QUE « la concurrence déloyale et le parasitisme sont certes pareillement fondés sur l'article 1382 du code civil mais sont caractérisés par l'application de critères distincts, la concurrence déloyale l'étant au regard du risque de confusion, considération étrangère au parasitisme qui requiert la circonstance selon laquelle, à titre lucratif et de façon injustifiée, une personne morale ou physique copie une valeur économique d'autrui, individualisée et procurant un avantage concurrentiel, fruit d'un savoir-faire, d'un travail intellectuel et d'investissements ; qu'en effet, la concurrence déloyale comme le parasitisme présentent la caractéristique commune d'être appréciés à l'aune du principe de la liberté du commerce qui implique qu'un produit qui ne fait pas ou ne fait plus l'objet de droits de propriété intellectuelle, puisse être librement reproduit, sous certaines conditions tenant à l'absence de faute par la création d'un risque de confusion dans l'esprit de la clientèle sur l'origine du produit ou par l'existence d'une captation parasitaire, circonstances attentatoires à l'exercice paisible et loyal du commerce ; que l'appréciation de la faute au regard du risque de confusion doit résulter d'une approche concrète et circonstanciée des faits de la cause prenant en compte notamment, le caractère plus ou moins servile, systématique ou répétitif de la reproduction ou de l'imitation, l'ancienneté d'usage, l'originalité, la notoriété du produit copié ; qu'en l'espèce, il ressort de l'examen des articles de presse consacrés à la collection de vêtements et accessoires créés par Matthew X... pour H&M qu'il est fait référence à la maison Pucci non pas pour l'associer à la collection « capsule » créée pour H&M mais d'un point de vue uniquement didactique pour informer les lecteurs de la biographie de Monsieur X... ; que les seules associations du nom Pucci avec H&M sont le fait des journalistes seuls et non des défenseurs ; que la société Emilio Pucci est également mal fondée à invoquer les résultats du moteur de recherche Google suite à la requête « h&mpucci » car ce moteur de recherche fait apparaître les sites internet qui comportent les deux dénominations « h&m » et « pucci » sans qu'elles soient nécessairement associées ; que dans le catalogue H&M magazine été 2009, des créations de la société Emilio Pucci sont reproduites dans la rubrique « impressions d'été » à côté de vêtements d'autres maisons de couture telles que Missoni, Sonia Rykiel, Roberto Cavalli et Comme des Garçons, et la reproduction d'un dessin de tissu qui appartiendrait à la société Emilio Pucci dans le sommaire d'un magazine destiné à promouvoir les vêtements H&M et pas uniquement ceux créés par Monsieur X..., ne sauraient établir la volonté des sociétés H&M d'associer le nom de la société Emilio Pucci avec la collection « capsule » créée par Monsieur X... pour H&M ; que par conséquent, la société Emilio Pucci n'établit pas que les défenseurs ont voulu mettre en avant le nom de Pucci dans le cadre de la campagne promotionnelle ayant accompagné le lancement de la collection « capsule » ; que la société Emilio Pucci ne peut, par le biais d'une action en concurrence déloyale, interdire à d'autres créateurs ou fabricants de vêtements et accessoires de mode, même

à Matthew X... avec lequel une collaboration venait de se terminer, d'utiliser des imprimés colorés, aux couleurs vives, parfois qualifiés de kaléidoscopiques car, ainsi que l'établit Monsieur X..., d'autres couturiers utilisent de tels imprimés et les dessins à formes géométriques abstraites et enchevêtrées appartiennent au fond commun artistique ; qu'il convient également de relever que les vêtements et accessoires litigieux sont vendus dans des magasins à l'enseigne H&M et à des prix nettement inférieurs à ceux des vêtements et accessoires de la société Emilio Pucci qui sont commercialisés dans son propre réseau de boutique à son nom, ce qui exclut chez le consommateur achetant ces produits tout risque de confusion ; que les extraits d'annonces sur le site de vente ebay et d'un blog sont rédigés par les vendeurs et internautes qui utilisent tous les moyens qu'ils estiment nécessaires afin de promouvoir et vendre leurs produits ; que les rédacteurs de ces annonces et blog ont indiqué que ces vêtements et accessoires étaient ou semblaient être inspirés du style Pucci, ce qui n'implique pas qu'ils ont pu penser que ces produits avaient été réalisés par la maison Pucci pour H&M ; que la société Emilio Pucci ne peut reprocher aux défendeurs d'avoir créé et commercialisé, dans des étuis blancs, des lunettes ayant une monture large sur laquelle sont apposés des dessins abstraits et complexes de couleurs particulièrement vives, car il s'agit d'une forme de lunettes et d'étui banale, d'autres opérateurs de la mode apposent des dessins abstraits et colorés sur des montures de lunettes et la société Emilio Pucci fait référence à des lunettes qu'elle a commercialisées dans le cadre de la collection 2009, soit au même moment que les lunettes H&M litigieuses ; qu'il convient dès lors de rejeter ce grief ; que par conséquent, la société Emilio Pucci n'établit pas que les défendeurs ont volontairement créé une étroite ressemblance entre les vêtements et accessoires de la collection « capsule » et ses créations, de nature à créer chez le consommateur un risque de confusion quant à l'origine des produits ; qu'elle sera déboutée de ses demandes au titre de la concurrence déloyale ; que pour les motifs déjà exposés, la société Emilio Pucci ne peut reprocher à d'autres opérateurs économiques exerçant dans le domaine de la mode, d'utiliser des imprimés aux couleurs très vives et des dessins abstraits et complexes, parfois qualifiés de kaléidoscopiques ; que sans dénier à la maison Pucci sa place dans l'univers de la mode, il lui appartient d'établir quel serait son style particulier ou sa ligne par rapport à l'imprimé qui constituerait une valeur économique individualisée, fruit d'investissements et lui procurant un avantage concurrentiel, et que les défendeurs auraient voulu copier ; que faute de le faire, il convient de rejeter ses demandes au titre de la concurrence parasitaire ; que la société Emilio Pucci sera en conséquence déboutée de ses demandes au titre des actes de concurrence déloyale et parasitaire commis en France, ainsi que de sa demande subséquente de publication judiciaire » ;

1°) ALORS QUE le parasitisme, qui consiste, pour un opérateur économique, à se placer dans le sillage d'un autre en profitant indûment de la notoriété acquise ou des investissements consentis, résulte d'un ensemble d'éléments appréhendés dans leur globalité, indépendamment de tout risque de confusion ; qu'en déboutant la société Emilio Pucci de ses demandes au titre de la concurrence déloyale et parasitaire, sans rechercher, comme elle y était invitée, au terme d'une appréciation globale de

l'ensemble des éléments invoqués par cette société, si indépendamment de tout risque de confusion dans l'esprit de la clientèle, les sociétés H&M et M. X... ne s'étaient pas fautivement placés dans le sillage de la société Emilio Pucci et n'avaient pas indûment tiré profit de ses investissements et de sa renommée, en faisant réaliser, par l'ancien directeur de la Maison Pucci, quelques semaines à peine après son départ de celle-ci, avec la participation du consultant en stylisme de cette Maison, une collection de vêtements, dont les imprimés présentaient d'importantes similitudes avec ceux utilisés par la Maison Pucci, collection, en outre, principalement axée sur les vêtements de bain, domaine dans lequel la Maison Pucci jouit d'une notoriété particulière, et comportant notamment un modèle de lunettes de soleil très proche de ceux de la Maison Pucci vendu dans un étui blanc très similaire, et en insistant, dans sa communication, sur les liens passés entre le créateur de cette collection et la Maison Pucci, la cour d'appel, qui a pourtant elle-même relevé que certains commentateurs avaient indiqué que les articles de cette collection étaient ou semblaient être inspirés du style Pucci, a privé sa décision de base légale au regard de l'article 1382 du code civil ;

2°) ALORS QUE dans ses conclusions d'appel, la société Emilio Pucci faisait valoir que le style propre à la Maison Pucci, à l'origine de son succès mondial, se caractérisait notamment par l'utilisation dans un même imprimé d'un large éventail de couleurs très vives et par des dessins particulièrement abstraits et complexes réalisés à partir de lignes irrégulières asymétriques, et se référait notamment, à titre d'illustrations, à une photographie de modèles de la collection Pucci printemps-été 1967, issue d'un ouvrage consacré à la Maison Pucci, à des imprimés caractéristiques de cette Maison reproduits sur le site internet de la maison d'édition Taschen et à un imprimé « Mombasa » créé pour la collection printemps-été 2006 ; qu'elle justifiait, par ailleurs, d'investissements considérables pour la conception de ses collections, la préparation de ses défilés et la promotion de ses créations ; qu'en affirmant, à supposer ces motifs des premiers juges adoptés, que la société Emilio Pucci n'établirait pas quel est « son style particulier ou sa ligne par rapport à l'imprimé qui constituerait une valeur économique individualisée, fruits d'investissements et lui procurant un avantage concurrentiel, et que les défendeurs auraient voulu copier », la cour d'appel a méconnu les termes du litige, en violation de l'article 4 du code de procédure civile.

SECOND MOYEN DE CASSATION

Il est fait grief à l'arrêt attaqué d'avoir débouté la société Emilio Pucci de ses demandes au titre de la concurrence déloyale et parasitaire subie ailleurs qu'en France ;

AUX MOTIFS PROPRES QUE « se fondant sur le 6ème considérant et sur l'article 6.2 du règlement CE 44/2001, la société Emilio Pucci soutient que la juridiction française est compétente pour statuer sur sa demande relative à son indemnisation du préjudice

résultant d'actes de concurrence déloyale et parasitaire exécutés en France et en dehors du territoire français ; que le sixième considérant du Règlement 864/2007, relatif aux règles de conflit de loi en vigueur, indique « Le bon fonctionnement du marché intérieur exige afin de favoriser la prévisibilité de l'issue du litige, la sécurité quant au droit applicable et la libre circulation des jugements, que les règles de conflit de loi en vigueur dans les Etats membres désignent la même loi nationale, quel que soit le pays dans lequel l'action est introduite. » ; que l'article 6 du Règlement (CE) n° 864/2007 dit Rome II prévoit que :

« I. La loi applicable à une obligation non contractuelle résultant d'un acte de concurrence déloyale est celle du pays sur le territoire duquel les relations de concurrence ou les intérêts collectifs des consommateurs sont affectés ou susceptibles de l'être.

II. Lorsqu'un acte de concurrence affecte exclusivement les intérêts d'un concurrent déterminé l'article 4 est applicable. » ;

que l'article 4 dispose que « sauf disposition contraire du présent règlement, la loi applicable à une obligation non contractuelle résultant d'un fait dommageable est celle du pays où le dommage survient, quel que soit le ou les pays dans lesquels des conséquences indirectes de ce fait surviennent. » ; que la société Emilio Pucci n'est pas fondée à prétendre que l'article est applicable par renvoi de l'article 6. Il car les actes de concurrence déloyale et parasitaire qu'elle invoque génèrent selon elle, un risque de confusion dans l'esprit des consommateurs, de sorte qu'à défaut d'exclusivité des victimes du dommage, l'article 6.1 trouve application ; que chaque marché ayant en effet été touché de façon distincte dans chaque pays ; qu'il s'ensuit que le fait qu'il ait été définitivement jugé entre les parties que les juridictions françaises sont compétentes pour connaître du présent litige et des conséquences dommageables résultant des actes commis par tous les codéfendeurs, au motif que l'un des co-défendeurs est domicilié en France, n'a pas pour effet de faire entrer dans la compétence de ces juridictions de fond et d'appel la réparation de faits dommageables commis à l'étranger, dans lesquels le co-défendeur d'ancrage, la société H&M Hennes & Moritz S.A.R.L. n'est pas impliquée ; que d'ailleurs, la société Emilio Pucci, à qui la preuve incombe, n'établit à l'encontre des intimés aucun acte délictueux commis par eux à l'étranger, seul un procès-verbal d'huissier établi en France le 3 juillet 2009 portant sur le site internet à l'adresse www.hm.com/fr sur lequel est accessible un magazine H&M écrit en langue française ; que c'est donc à bon droit que le tribunal a jugé qu'il convient de statuer uniquement sur les actes de concurrence déloyale et parasitaire affectant le marché français au vu de la loi française, dont l'application de cette dernière, n'est plus contestée en appel relativement à ces faits » ;

ET AUX MOTIFS, A LES SUPPOSER ADOPTES, QUE « la société Emilio Pucci fait valoir qu'en application des articles 4 et 6-2 du Règlement Rome II, la loi applicable est la loi française car les articles de la collection litigieuse ont été vendus en France dans

les magasins à l'enseigne H&M qui appartiennent à la société H&M SARL, filiale de la société H&M AB, ont fait l'objet d'une intense campagne promotionnelle en France et ont été présentés sur la version française du site www.hm.com.; que la société Emilio Pucci estime que le présent tribunal est compétent pour réparer l'intégralité du préjudice qu'elle subit dans le monde entier ; que les sociétés H&M soutiennent que la loi française n'a vocation à s'appliquer qu'au dommage qui serait subi en France et que conformément aux articles 6-2 et 4 du Règlement (CE) n° 864/2007 dit Rome II, il y a lieu d'appliquer de manière distributive les lois de tous les pays dans lesquels un dommage a été subi, de sorte que la société Emilio Pucci, qui ne caractérise pas les actes de concurrence déloyale au regard de la loi de chacun des pays dans lesquels un dommage aurait été subi à ce titre, doit être déboutée de ses demandes en concurrence déloyale qui se rapportent à un dommage prétendument subi ailleurs qu'en France ; que dans le cadre de la présente instance, la société de droit italien Emilio Pucci a fait assigner en concurrence déloyale la société H&M AB, ayant son siège social en Suède, la société H&M SARL, ayant son siège social en France, et Monsieur X... qui a son domicile au Royaume-Uni ; que l'article 6 du Règlement (CE) n° 864/2007 du 11 juillet 2007 dit Rome II dispose que :

« 1. La loi applicable à une obligation non contractuelle résultant d'un acte de concurrence déloyale est celle du pays sur le territoire duquel les relations de concurrence ou les intérêts collectifs des consommateurs sont affectés ou susceptibles de l'être.

2. Lorsqu'un acte de concurrence déloyale affecte exclusivement les intérêts d'un concurrent déterminé, l'article 4 est applicable. » ;

qu'en l'espèce, la société Emilio Pucci reproche aux défendeurs de l'avoir associée dans chaque interview ou article de presse consacré à la collection « capsule », d'avoir repris le style PUCCI dans les imprimés utilisés pour les vêtements de la collection « capsule », d'avoir repris le style et la forme d'une paire de lunettes de soleil et d'avoir délibérément créé une étroite ressemblance entre la collection « capsule » et les créations PUCCI ; qu'il ne s'agit pas d'actes de concurrence déloyale qui affectent les intérêts d'un concurrent déterminé, ces actes devant s'entendre comme tous les actes de désorganisation de l'entreprise rivale, tels que l'espionnage industriel, la divulgation d'un secret commercial ou l'incitation à la rupture d'un contrat ; qu'il s'agit d'actes contraires à la loyauté commerciale qui relèvent de l'article 6.1 du Règlement susvisé de sorte qu'il convient d'appliquer la loi du pays dans lequel le marché est affecté ; que la société Emilio Pucci sollicite l'indemnisation de son préjudice subi dans le monde entier, ce qui implique qu'elle a subi, par les actes contraires à la loyauté du commerce, un préjudice direct dans chaque pays du monde, chaque marché de chaque pays se trouvant affecté ; que les règles ayant commandé la compétence de la présente juridiction sont sans incidence sur celles déterminant la loi applicable. En cas de survenance de dommages directs dans différents pays, il convient de recourir à une application distributive des lois en présence ; qu'il appartient dès lors à la société Emilio Pucci de caractériser au regard de la loi de chaque pays sur le territoire duquel les relations de

concurrence ou les intérêts collectifs des consommateurs sont affectés ou susceptibles de l'être, les actes de concurrence déloyale et parasitaire qu'elle invoque à l'encontre des défendeurs ; que s'il appartient au juge de déterminer la loi applicable et rechercher son contenu, encore faut-il que la partie demanderesse indique le ou les pays concernés et ne vise pas uniquement « le monde entier » ; que faute de caractériser les actes de concurrence déloyale au vu de la loi de chaque pays concerné à l'exception de la loi française, il convient de statuer uniquement sur les actes de concurrence déloyale affectant le marché français au vu de la loi française et de rejeter les demandes de la société Emilio Pucci d'indemnisation d'un dommage subi ailleurs qu'en France au titre des actes de concurrence déloyale et parasitaire » ;

1°) ALORS QUE commet un excès de pouvoir le juge qui, après s'être déclaré incompetent pour connaître d'une demande, statue au fond sur celle-ci ; qu'en rejetant au fond les demandes de la société Emilio Pucci au titre de la concurrence déloyale et parasitaire subie à l'étranger, après s'être pourtant estimée incompetente pour connaître de telles demandes, la cour d'appel a excédé ses pouvoirs, en violation de l'article 86 du code de procédure civile ;

2°) ALORS QUE le juge français, reconnu compétent sur le fondement de l'article 6, point 1, du règlement n° 44/2001 du 22 décembre 2000, pour connaître des demandes formées contre un codéfendeur situé à l'étranger à raison d'agissements commis notamment hors de France, est compétent pour statuer sur l'intégralité du préjudice causé par ce dernier au demandeur, en France comme à l'étranger, peu important que le défendeur situé en France n'ait lui-même commis aucun fait dommageable à l'étranger ; qu'en retenant qu'elle ne serait pas compétente pour connaître de la réparation de faits dommageables commis à l'étranger, dans lesquels la société française H&M n'était pas impliquée, tout en indiquant qu'il avait été définitivement jugé entre les parties que les juridictions françaises étaient compétentes pour connaître du présent litige, lequel inclut notamment les demandes formées contre la société suédoise H&M AB à raison des faits de concurrence déloyale et parasitaires qu'elle a commis tant en France qu'à l'étranger, la cour d'appel n'a pas tiré les conséquences légales de ses propres constatations, en violation des articles 2, paragraphe 1, et 6, point 1, du règlement n° 44/2001 du 22 décembre 2000 ;

3°) ALORS, SUBSIDIAIREMENT, QU'après avoir relevé que « la société Emilio Pucci n'est pas fondée à prétendre que l'article 4 [du règlement n° 864/2007] est applicable par renvoi de l'article 6.II [du même règlement] car les actes de concurrence déloyale et parasitaire qu'elle invoque génèrent selon elle un risque de confusion dans l'esprit des consommateurs, de sorte qu'à défaut d'exclusivité des victimes du dommage, l'article 6.1 [dudit règlement] trouve application » et que « chaque marché ayant en effet été touché de façon distincte dans chaque pays », la cour d'appel a ensuite indiqué qu'« il s'ensuit que le fait qu'il ait été définitivement jugé entre les parties que les juridictions françaises sont compétentes pour connaître du présent litige et des conséquences dommageables résultant des actes commis par tous les co-défendeurs, au motif que l'un

des co-défendeurs est domicilié en France, n'a pas pour effet de faire entrer dans la compétence de ces juridictions du fond et d'appel la réparation de faits dommageables commis à l'étranger, dans lesquels le co-défendeur d'ancrage, la société H&M Hennes & Mauritz SARL n'est pas impliquée » ; qu'en statuant ainsi, sans qu'il soit possible de comprendre le lien qu'elle entend faire entre ces trois propositions, et tout particulièrement de comprendre en quoi le fait que la loi applicable doive être déterminée par application de l'article 6, paragraphe 1, du règlement (CE) n° 864/2007 dit « Rome II » et que chaque marché soit touché de manière distincte dans chaque pays serait de nature à justifier sa propre incompétence pour connaître de la réparation des faits dommageables commis à l'étranger, la cour d'appel s'est déterminée par des motifs inintelligibles qui ne permettent pas à la Cour de cassation d'exercer son contrôle et a ainsi violé l'article 455 du code de procédure civile ;

4°) ALORS, EN TOUTE HYPOTHESE, QU'en statuant par de tels motifs, qui ne permettent pas de comprendre son raisonnement, la cour d'appel a privé sa décision de base légale au regard de l'article 6, point 1, du règlement n° 44/2001 du 22 décembre 2000 ;

5°) ALORS, SUBSIDIAIREMENT, QU'à supposer qu'ayant fait ressortir qu'en application de l'article 6, paragraphe 1, du règlement (CE) n° 864/2007 dit « Rome II », les demandes concernant les faits de concurrence déloyale et parasitaire subis ailleurs qu'en France devraient être tranchées en faisant application de la loi de chacun des pays où les actes incriminés avaient été commis, et qu'ayant relevé que « chaque marché [aurait] été touché de manière distincte dans chaque pays », elle ait, par là même, entendu dénier tout lien de connexité entre les demandes concernant les faits subis sur le territoire français et celles concernant les faits subis à l'étranger, la cour d'appel a alors relevé un moyen d'office, sans inviter les parties à présenter leurs observations sur celui-ci, et a ainsi méconnu le principe de la contradiction, en violation de l'article 16 du code de procédure civile ;

6°) ALORS, SUBSIDIAIREMENT, QU'en l'espèce, la société Emilio Pucci reprochait aux sociétés H&M et à M. X... les mêmes actes de concurrence déloyale et parasitaire, à raison de la commercialisation de la collection « capsule » dans le monde entier, dans des circonstances déloyales ; que le simple fait que les demandes concernant les faits subis à l'étranger doivent être tranchées en faisant application de la loi de chacun des pays litigieux et que chaque marché national soit touché de manière distincte ne peut suffire à remettre en cause la connexité existant entre les demandes concernant les faits subis sur le territoire français et celles concernant les faits subis à l'étranger ; qu'en se déterminant par de tels motifs impropres à caractériser une absence de connexité entre les demandes en cause, la cour d'appel a violé l'article 6, point 1, du règlement n° 44/2001 du 22 décembre 2000 ;

7°) ALORS, EN TOUT ETAT DE CAUSE, QUE lorsqu'un acte de concurrence déloyale affecte exclusivement les intérêts d'un concurrent déterminé, la loi applicable n'est pas celle de chacun des pays où les faits incriminés ont été commis, mais celle où le

dommage causé à l'entreprise visée survient, quel que soit le ou les pays dans lesquels des conséquences indirectes de ce fait surviennent ; qu'en l'espèce, la société Emilio Pucci reprochait notamment aux sociétés H&M et à M. X... d'avoir, indépendamment de tout risque de confusion, commis des actes de concurrence parasitaire, en tirant indûment profit de ses investissements et de sa renommée ; que de tels actes affectaient exclusivement ses intérêts et non ceux des consommateurs ; qu'en retenant que les actes invoqués par la société Emilio Pucci affectaient également les consommateurs pour en déduire qu'il convenait d'appliquer la loi de chacun des pays dans lequel les actes incriminés ont été commis, sans rechercher si les actes de concurrence parasitaire reprochés aux sociétés H&M et à M. X..., indépendamment de tout risque de confusion, n'affectaient pas exclusivement les intérêts de la société Emilio Pucci, la cour d'appel a privé sa décision de base légale au regard de l'article 6 du règlement (CE) n° 864/2007 du 11 juillet 2007 ;

8°) ALORS, SUBSIDIAIREMENT, QU'en retenant, pour débouter la société Emilio Pucci de ses demandes au titre de la concurrence déloyale et parasitaire subie ailleurs qu'en France, qu'elle ne serait pas en mesure de rechercher le contenu des lois applicables, dès lors que cette société se serait contentée de viser « le monde entier », sans mentionner les pays visés par ses demandes, cependant que la société Emilio Pucci identifiait, au contraire, précisément les pays en cause, en demandant à la cour d'appel de se déclarer compétente pour connaître de l'intégralité du préjudice subi par elle tant en France que « dans les autres pays dans lesquels les magasins H&M sont implantés et dont la liste est communiquée sous le numéro 118 », la cour d'appel a dénaturé les conclusions d'appel de la société Emilio Pucci et sa pièce n° 118, en violation de l'obligation pour le juge de ne pas dénaturer les éléments de la cause ;

9°) ALORS, EN TOUT ETAT DE CAUSE, QU'il n'était pas contesté par les parties que la collection « capsule » incriminée avait été lancée dans le monde entier, dans les pays où le groupe H&M est implanté, et non uniquement en France ; qu'en retenant que la société Emilio Pucci n'établirait, à l'encontre des intimés, aucun acte délictueux commis par eux à l'étranger, la cour d'appel a méconnu les termes du litige, en violation de l'article 4 du code de procédure civile.

Publication :

Décision attaquée : Cour d'appel de Paris, du 9 mai 2014