

Le cas Inès de la Fressange est à rebondissements

Un jugement favorable à la styliste et ex-mannequin est cassé.

Motif du nouvel arrêt : Inès de La Fressange, en sa qualité de cédante des marques, était tenue de garantir la société acquéreur contre l'éviction. Elle ne pouvait donc pas demander la déchéance de marques qu'elle lui avait cédées. Cet arrêt ne clôt cependant pas pour autant l'affaire, car il ne concerne pas le jugement du Tribunal de grande instance de Paris (7 septembre 2005), prononçant « la résiliation de l'ensemble contractuel et l'impossibilité pour la société Inès de La Fressange d'exploiter les marques qui lui ont été cédées, de déposer des marques portant le prénom ou le patronyme ou les deux de Mme de La Fressange et d'utiliser le patronyme Inès de La Fressange ou ses dérivés à titre de dénomination sociale, enseigne et nom

commercial... » et décidant, enfin, « la radiation de l'ensemble des marques cédées à la société par Inès de La Fressange ». Ce jugement fait, pour sa part, toujours l'objet d'un appel de la part de la société Inès de La Fressange.

Selon M^e Georges Kiejman, avocat de la personne Inès de La Fressange, « l'arrêt de la Cour de cassation du 31 janvier dernier ne concerne pas le fond de l'affaire. Mais, hélas, il fait droit à une nouvelle manœuvre dilatoire de la part de la société ». De son côté, la société se garde de tout triomphalisme. « Nous ne souhaitons pas communiquer sur cette affaire, pour ne pas ajouter à la polémique, explique M^e Jean-Charles Simon, son avocat. Notre objectif est aujourd'hui de trouver une solution avec la partie adverse à cet imbroglio juridique, ce qui devrait se faire aux alentours de la fin juin. »

Selon Martine Dehaut, associée du cabinet Egyp, conseil en propriété industrielle, cet arrêt a cependant, dans l'immédiat, pour conséquence que la société Inès de La Fressange conserve les droits sur les marques « Inès », « Inès de La Fressange » et « de La Fressange » qu'elle avait acquises et que, d'autre part, l'ex-mannequin n'aura plus le droit d'utiliser son nom comme marque commerciale. Ce que d'ailleurs elle ne faisait plus depuis la vente de sa société.

SOPHIE BOUIER DE L'ÉCLUSE ●

DÉCIDÉMENT, « l'affaire Inès de La Fressange » – conflit qui oppose depuis 1999 l'ancien mannequin et styliste à son ex-employeur, la société Inès de La Fressange – est un feuilleton à rebondissements. La Cour de cassation a cassé,

en effet, le 31 janvier dernier, l'arrêt du 15 décembre 2004 par lequel la Cour d'appel de Paris avait invoqué le concept de « déceptivité » pour prononcer la déchéance des marques aux dépens de la société Inès de La Fressange.

Les griffes liées au nom d'un créateur restent exposées à des contestations

Martine Dehaut, associée du cabinet Egyp, conseil en propriété industrielle, a suivi avec attention le dernier rebondissement des procès autour du nom d'Inès de La Fressange. Les différents jugements peuvent avoir, via la jurisprudence, des conséquences notables pour les sociétés portant le nom de créateurs et pour ces derniers.

Journal du Textile. Quel est pour vous l'intérêt juridique de l'affaire Inès de La Fressange ?

Martine Dehaut. Celle-ci est suivie avec attention par le monde de la mode et les juristes spécialisés. Inès de La Fressange n'est pas la première, en effet, à avoir été évincée de la société portant son nom, et l'évolution de la jurisprudence en la matière aurait des conséquences non négligeables dans l'univers des créateurs. L'arrêt du 15 décembre 2004 de la Cour d'appel de Paris, consacrant le concept de « déceptivité » et cassé par la Cour de cassation le 31 janvier 2006, semblait apporter une nouvelle jurisprudence. C'était la première fois que les juges appliquaient un nouvel article (L. 714-6) du Code de la propriété intellectuelle, intégré à la suite de la loi de 1992 et selon lequel « encourt la déchéance de ses droits le propriétaire d'une marque devenue de son fait propre à induire en erreur », à un cas de tromperie sur l'identité même d'une personne physique. Cela dit, les circonstances prises en considération par les juges pour arrêter leur décision étaient particulières, et la déchéance des marques « Inès de La Fressange » résultait semblait-il directement du comportement déceptif de la société. La cour avait ainsi relevé un certain nombre d'indices : l'utilisation de photographies de l'ex-mannequin dans le cadre de la présentation d'une collection à laquelle elle n'avait pourtant pris aucune part, puis de sa silhouette « parfaitement identifiable » lors de la promotion d'un parfum – et ceux-ci avaient été appréciés

comme de nature à entretenir « la confusion dans l'esprit des consommateurs ». Mais l'exploitation par des sociétés du nom d'un créateur étant relativement courante dans le domaine de la mode, cette décision du 15 décembre 2004 aurait pu être interprétée extensivement, et certains pouvaient craindre que l'usage par une société du nom d'une personne qui n'est plus présente dans l'entreprise soit considérablement restreint, voire tout simplement interdit. C'est pourquoi nombreuses sont les sociétés titulaires de marques à avoir été soulagées par l'arrêt qui vient de rendre la Cour de cassation.

Ce nouvel arrêt infirme-t-il totalement ce concept de déceptivité ?

Il faut également relativiser la portée de l'arrêt de la Cour de cassation. Cette haute juridiction ne s'est en effet pas prononcée sur le principe de l'application de l'article L. 714-6 à l'hypothèse selon laquelle le titulaire d'une marque constituée d'un nom patronymique continue à l'exploiter après que la personne portant ce nom a quitté la société. Rien n'empêcherait d'imaginer qu'un tiers non partie à la vente, mais qui aurait intérêt à agir, reprenne les arguments liés au concept de déceptivité pour faire prononcer la déchéance de marques : c'est un point sur lequel la Cour de cassation n'a pas eu à se prononcer. Pour ma part, je conseillerais aux sociétés titulaires de marques de rester attentives à ce que les actes d'exploitation de ce type de marques, notamment dans le cadre de leur communication, ne puissent pas être considérés comme entretenant une confusion avec la personne dont le nom est employé. Même si cela peut être parfois tentant, notamment lorsque la personne en question bénéficie d'une grande notoriété auprès du public, comme c'est le cas d'Inès de La Fressange.

RECUEILLI PAR

SOPHIE BOUIER DE L'ÉCLUSE ●

PUBLICATION JUDICIAIRE

Par Jugement du Tribunal de Commerce de Paris du 31 janvier 2006, 2^e Chambre, à la demande de la société Créations Nelson, exploitant l'enseigne COMPTOIR DES COTONNIERS, les sociétés CAMAIEU, CAMAIEU INTERNATIONAL et MONTRICO ont été condamnées pour contrefaçon du modèle BADI qui bénéficie de la protection du Code de la Propriété Intellectuelle à une somme de 20.000 € au titre de la contrefaçon, plus 10.000 € au titre de l'article 700 du NCPC.

En outre, les sociétés CAMAIEU et CAMAIEU INTERNATIONAL ont été condamnées à payer à la société Créations Nelson, exploitant l'enseigne COMPTOIR DES COTONNIERS, la somme de 30.000 € à titre de dommages et intérêts.

Les sociétés CAMAIEU et CAMAIEU INTERNATIONAL doivent garantir à la société MONTRICO de toute condamnation prononcée par ce Jugement.

Il a été fait interdiction aux sociétés CAMAIEU, CAMAIEU INTERNATIONAL et MONTRICO de fabriquer et commercialiser les produits contrefaisant le modèle BADI sous astreinte de 100 € par infraction constatée à compter de la signification du Jugement.

Le Tribunal a ordonné la publication du Jugement dans deux journaux choisis par la société Créations Nelson, exploitant l'enseigne COMPTOIR DES COTONNIERS et aux frais des sociétés CAMAIEU, CAMAIEU INTERNATIONAL et MONTRICO pour un montant maximum de 1.500 € par insertion.

L'exécution provisoire a été ordonnée.

Les parties ont été déboutées de leurs autres demandes.

Les sociétés CAMAIEU et CAMAIEU INTERNATIONAL ont été condamnées solidairement à payer les dépens.

CABINET DE M^e PHILIPPE BESSIS
AVOCAT À LA COUR D'APPEL DE PARIS