



CONTRAT & PATRIMOINE

Dans ce numéro

Entreprise en difficulté

Propriété intellectuelle

Consommation

#ENTREPRISE EN DIFFICULTÉ

● Déclaration des créances : destinataire de l'avis de contestation

L'envoi de la lettre de contestation au siège de l'établissement public à caractère administratif, qui a la qualité de créancier, vaut avis à celui-ci de l'existence de la contestation au sens de l'article R. 624-1, alinéa 2, du code de commerce, peu important que la lettre n'eût pas été adressée personnellement à l'agent comptable.

En ce qui concerne les créanciers personnes morales de droit public, il faut distinguer entre qualité pour agir en déclaration des créances et qualité pour recevoir l'avis de contestation de la créance adressé par le mandataire judiciaire. Telle est la précision apportée par la Cour de cassation dans un arrêt du 10 janvier dernier, rendu à propos d'un établissement public à caractère administratif.

En effet, si c'est l'agent comptable qui a le pouvoir d'effectuer la déclaration de créance au nom de la personne morale, le mandataire judiciaire ne doit pas forcément en faire le destinataire personnel de la lettre de contestation pour que celle-ci soit valable et fasse courir le délai de trente jours dont dispose le créancier pour répondre. Il suffit que l'avis soit délivré au « créancier intéressé » (C. com., art. L. 622-27). En l'espèce, la lettre adressée à l'établissement public était donc parfaitement valable.

Auteur : Éditions Dalloz – Tous droits réservés.

#PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE

● Contrefaçon de marque : remise en cause de l'exception pour motif légitime

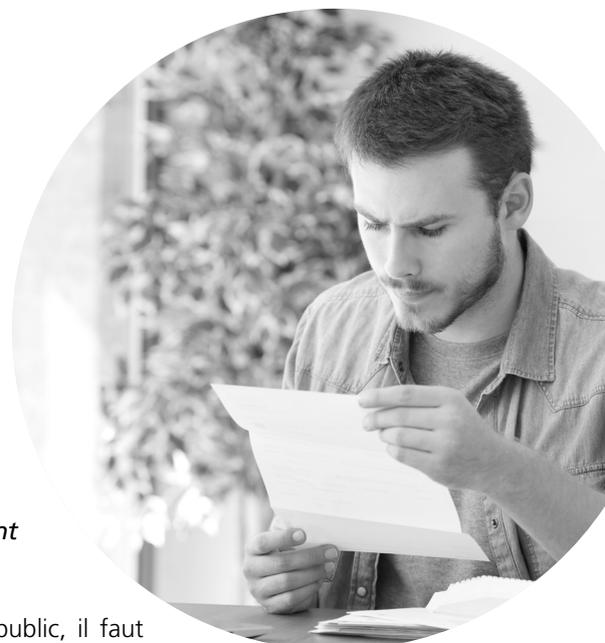
L'apposition, en France, de la marque française sur des produits destinés à l'exportation en Chine est constitutive de contrefaçon.

Sauf autorisation du propriétaire, la reproduction d'une marque pour des produits ou services identiques à ceux désignés dans l'enregistrement, ainsi que l'exportation de marchandises présentées sous une marque contrefaisante, sont interdites. C'est ce qu'a rappelé la Cour de cassation dans un arrêt du 17 janvier 2018, sur le fondement des articles L. 713-2 et L. 716-10 du code de la propriété intellectuelle.

Une exception de motif légitime avait certes été posée il y a une dizaine d'années. Il était en effet possible de détenir de tels produits revêtus du signe litigieux sur le territoire français, dans lequel ce signe était protégé en tant que marque, dès lors que ces produits étaient destinés à l'exportation vers des pays tiers dans lesquels ils étaient licitement commercialisés et qu'il n'existait pas de risque que ces marchandises puissent être initialement commercialisées en France, de sorte que les entreprises poursuivies n'avaient fait usage du signe litigieux qu'afin d'exercer leur droit exclusif portant sur la première mise sur le marché de produits revêtus du signe incriminé dans des pays où elles disposaient de ce droit.

La portée de cette exception est néanmoins remise en cause par la chambre commerciale dans cet arrêt du 17 janvier 2018.

Reprenant les dispositions de l'article 5, § 1, de la directive 89/104 du 21 décembre 1988 et la jurisprudence de la Cour de justice de l'Union européenne, la Cour de cassation considère que face aux textes européens, qui ne prévoyaient pas une telle exception, le refus de constater une contrefaçon dans cette hypothèse ne pouvait être maintenu.



↳
→ Com. 17 janv.
2018, FS-P+B,
n° 15-29.276

Ainsi, le pourvoi contre l'arrêt d'appel qui a constaté que la marque litigieuse était apposée en France (territoire sur lequel elle était protégée) et en a déduit, alors même que les produits en cause étaient destinés à l'importation en Chine, que la contrefaçon était constituée, ne pouvait qu'être rejeté. Le droit des marques s'en trouve renforcé.

Auteur : Éditions Dalloz – Tous droits réservés.

#CONSOMMATION

● Contrat par internet : exercice et sanction du droit de rétractation

Les options relatives à la couleur de la carrosserie et à l'installation d'une alerte de distance de sécurité ne suffisent pas à faire du véhicule un bien nettement personnalisé.

Aux termes de l'ancien article L. 121-21-4, devenu l'article L. 242-4 du code de la consommation, relatif aux contrats conclus à distance, « lorsque le droit de rétractation est exercé, le professionnel est tenu de rembourser le consommateur de la totalité des sommes versées, y compris les frais de livraison, sans retard injustifié et au plus tard dans les quatorze jours à compter de la date à laquelle il est informé de la décision du consommateur de se rétracter » (al. 1^{er}). Une fois les quatorze jours échus, l'alinéa 3 du même texte sanctionne le professionnel : « au-delà, les sommes dues sont de plein droit majorées du taux d'intérêt légal si le remboursement intervient au plus tard dix jours après l'expiration [du délai], de 5 % si le retard est compris entre dix et vingt jours, de 10 % si le retard est compris entre vingt et trente jours, de 20 % si le retard est compris entre trente et soixante jours, de 50 % entre soixante et quatre-vingt-dix jours et de cinq points supplémentaires par nouveau mois de retard jusqu'au prix du produit, puis du taux d'intérêt légal ».

Cette sanction a été imposée à une société à la suite de la rétractation, par un client, de sa commande passée par internet. Celui-ci avait versé un acompte de 10 % par rapport à un contrat portant sur une voiture choisie dans une certaine couleur et comportant une alerte de distance de sécurité. Or, le vendeur avait tardé à rembourser cette somme.

Afin d'échapper aux majorations prévues par l'article L. 242-4 précité, la société a soulevé deux séries d'arguments devant la Cour de cassation.

Elle a en premier lieu présenté trois questions prioritaires de constitutionnalité, invoquant une violation de son droit à un recours juridictionnel effectif, au respect des droits de la défense et au droit à un procès équitable. Elle soulignait en outre que les dispositions visées seraient contraires aux articles 2 et 17 de la Déclaration des droits de l'homme et du citoyen du 26 août 1789.

Par un arrêt du 5 juillet 2017, la Cour de cassation a néanmoins refusé de transmettre les questions prioritaires de constitutionnalité. Elle faisait valoir, d'une part, que la sanction « ne prive pas le professionnel du droit à un recours effectif, dès lors que celui-ci peut engager une action devant une juridiction pour obtenir restitution des sommes qu'il aurait indûment remboursées au consommateur ou contester, en défense, la demande en paiement de ce dernier ». Elle considérait, d'autre part, que « cette sanction constitue une mesure propre à assurer la protection des consommateurs et à garantir l'effectivité de cette protection, en ce qu'elle est dissuasive ». Partant, « elle ne porte pas atteinte au droit de propriété et est proportionnée à l'objectif poursuivi ».

La société a en second lieu évoqué l'ancien article L. 121-21-8, désormais l'article L. 221-28 du code de la consommation. Celui-ci énonce que le droit de rétractation ne peut être exercé pour les contrats « de fourniture de biens confectionnés selon les spécifications du consommateur ou nettement personnalisés ». Elle a considéré que, du fait du choix de deux options (la couleur et l'installation d'une alerte de distance de sécurité), le véhicule concerné devenait un bien nettement personnalisé.

Tel n'est toutefois pas l'avis de la Cour de cassation, qui juge que la personnalisation visée par le code de la consommation renvoie à un véritable effort du professionnel et qu'en l'absence, en l'espèce, d'un « travail spécifique de la part du vendeur », il n'existe pas de bien personnalisé.

Auteur : Éditions Dalloz – Tous droits réservés.

→ Civ. 1^{re}, 17 janv. 2018,
FS-P+B, n° 17-10.255



Conditions d'utilisation :

L'ensemble des articles reproduits dans la présente newsletter sont protégés par le droit d'auteur. Les Éditions DALLOZ sont seules et unique propriétaires de ces articles dont le droit de reproduction et de représentation n'est concédé au CNB qu'à titre temporaire et non exclusif, en vue d'une exploitation au sein de Newsletters thématiques. Cette autorisation d'exploitation n'entraîne aucun transfert de droit de quelque sorte que ce soit au bénéfice du destinataire final. Ce dernier est néanmoins autorisé à re-router la lettre, sous réserve de respecter son intégrité (en ce compris la présente notice), vers sa clientèle, liberté lui étant laissée pour faire œuvre de communication dans le corps du mail envoyé, en fonction de la clientèle visée.