

- Arômes évanescents : responsabilité du prestataire à l'origine de la création d'un logo

CA Rennes, 23 novembre 2021, n°19/01012 :

Une société lance une nouvelle activité de commercialisation de vins sous l'enseigne « TERRES D'AROMES » à Saint-Herblain et confie à un prestataire la création d'un logo.

Utilisant son nouveau logo, cette dernière est mise en demeure par le conseil d'une autre société située dans la région de Reims (51) de cesser « *toute exploitation de la dénomination TERRES D'AROMES accompagnée de la silhouette d'un verre à vin dans lequel apparaît celle d'un coteau de vigne* ». Il apparaissait en effet que les logos utilisés par ces deux sociétés étaient quasiment identiques.

Afin d'éviter un contentieux, la première se voit contrainte de modifier son logo. Mécontente du travail du prestataire et du préjudice généré par ces modifications, elle engage sa responsabilité.

La Cour d'appel, pour faire droit à ses demandes, retient que l'élément essentiel du contrat de création de logo est la fourniture d'un logo que le client puisse utiliser paisiblement, sans être accusé de contrefaçon, de parasitisme ou encore de concurrence déloyale.

Le terme « **création** » impliquant nécessairement que la prestation consiste à « créer » et non à « recopier ».

Or, même si cette ressemblance peut n'être que fortuite, tout designer ou graphiste doit vérifier sur Google images par exemple, si un logo identique existait. Absence de négligence qui caractérise, pour la Cour, une négligence

Par conséquent, la faute contractuelle du prestataire est avérée et consiste en ne pas avoir créé et délivré un logo original et qui aurait pu être utilisé paisiblement. La Cour condamne cette société à indemniser son client des conséquences de cette faute, à savoir 5.831,20€ à titre de dommages et intérêts (ce qui inclut le coût des prestations d'un nouveau graphiste, de la carte de visite et sticker, du remplacement de l'enseigne, des flyers et des stickers et du préjudice moral), et 2.500€ au titre des dépens.

La Cour indique néanmoins que la société ne peut être indemnisée des manquements contractuels du prestataire qu'à la condition qu'elle lui ait payé ses factures. Elle opère donc une compensation de leurs créances respectives, condamnant la société à payer au prestataire la somme de 541,20€ au titre des soldes de factures.

- Marque « Millesium » de C10 indisponible : absence de responsabilité du prestataire ayant proposé cette dénomination :

CA Paris, 15 octobre 2021, n°19/16810 :

La Centrale européenne de distribution C10, leader national de la distribution de boissons auprès notamment du secteur des CHR, sollicite la société de communication HF Conseils pour qu'elle réalise deux campagnes de communication. S'agissant de son expertise des vins à destination des professionnels de la restauration, elle lui demande de créer une « Image Vins » pour le réseau C10, qui bénéficiera d'une identité propre et différenciée des autres produits.

La prestataire propose notamment l'identification de l'« Image Vins » aux marques « Millesium », « Caveum », « Caves » et « Domaines ».

Afin de s'assurer de la disponibilité de la marque Millesium, ce dernier fait intervenir son avocat. Celui-ci précise à la société C10 que « *les droits détenus par la société MILLESIMUM, soit la marque identique, le nom de domaine et la dénomination sociale éponymes constituent des obstacles* ».

Ce faisant, il déconseille le dépôt et l'exploitation du terme « Millesium », sauf accord de ce titulaire.

En dépit de ce risque, la société C10 décide de procéder au dépôt de cette marque.

Cette dernière décide néanmoins de contester le solde de la facture du prestataire, opposant l'indisponibilité de la marque « Millesium ». Autrement dit, si le prestataire propose une dénomination indisponible au titre du droit des marques, la prestation n'est pas conforme et sa rémunération n'est pas due.

Le prestataire ne l'entend pas ainsi et saisit le tribunal compétent pour obtenir paiement de sa facture.

En défense, la société C10 considérait que la société HF Conseils avait manqué à son obligation essentielle d'information concernant la disponibilité du signe « Millesium », d'autant plus qu'elle ne lui avait pas proposé d'offre d'une marque alternative.

Cet argument est rejeté par la Cour qui relève au contraire que le prestataire a satisfait à la précaution concernant la disponibilité des droits de propriété sur cette marque en proposant la consultation d'un avocat spécialiste.

La société C10 avançait également que la société de communication a tenté d'obtenir un avantage sans contrepartie au regard de la valeur du service en lui facturant des services non réalisés.

Argument tout aussi inefficace, la Cour considérant qu'il procède d'une confusion entre la volonté de C10 de rompre le contrat et l'appréciation du déséquilibre objectif des obligations réciproques des parties.

La Cour confirme alors le jugement en ce qu'il a condamné la société C10 au paiement.

Observations : Ces deux décisions, relatives à la création d'un logo et à la proposition d'une image de marque nouvelle, rappellent la nécessité pour les bénéficiaires de ces prestations de bien identifier et traiter dans leurs relations avec les prestataires intervenant sur ces sujets (agences de communication et de conseil) les points essentiels suivants : attentes et besoins (cahier des charges) ; valorisation et protection de ces créations au titre du droit des marques ; cession des droits d'auteur afférents aux prestations réalisées. Ce faisant, la conclusion d'un contrat avec le prestataire sélectionné est indispensable.