

**LETTRE D'INFORMATION JURIDIQUE**  
**Propriété intellectuelle – Droit des affaires**  
**N° 37 / Juillet /Août 2011**

**Sommaire**

**PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE**

Dessins et modèles : La protection à travers le droit des dessins et modèles communautaires non enregistrés.

Marque : Annulation d'une marque jugée contraire aux bonnes mœurs.

Marque : Annulation d'une marque jugée non distinctive.

Marque : Conditions de mise en œuvre de la dégénérescence d'une marque.

Marque : Conditions de mise en œuvre de la règle de l'épuisement du droit.

Marque de renommée : Conditions de mise en œuvre de la protection d'une marque dite de renommée.

**DROIT DES AFFAIRES**

Agent commercial : Critère d'application du statut.

Caution : Différence de sanction en cas de non respect du formalisme.

Compte courant d'associés : Il est remboursable à tout moment.

Garantie de passif : Absence de souplesse dans le respect du délai de prévenance.

Lettre d'intention : Obligation de résultat ou de moyens ?

Vices cachés : Un vendeur particulier peut être considéré comme un vendeur professionnel.

# PROPRIETE INTELLECTUELLE

## DESSINS ET MODELES : PROTECTION AU TITRE DES DESSINS ET MODELES COMMUNAUTAIRES NON ENREGISTRES

La protection au titre des dessin et communautaires non enregistrés est peu connu et en tous cas encore peu utilisé et pourtant elle est une arme redoutable.

Elle se situe à mi-chemin entre les droits d'auteur et les dessins et modèles enregistrés.

Elle est redoutable car le critère d'originalité ou l'absence originalité est inopérant en la matière, ce qui signifie que le modèle peut être protégé même s'il ne porte pas l'empreinte de la personnalité de son auteur.

Dans une affaire opposant deux fabricants de modèles de prêt-à-porter le Tribunal de grande instance de Paris a refusé toute protection au titre du droit d'auteur estimant que le modèle n'est pas original.

Mais, il a accordé au contraire la dite protection au titre des modèles communautaires non enregistrés.

C'est ainsi qu'un modèle dépourvu de toute originalité sera protégé par le droit communautaire.

Notons que les dessins et modèles non enregistrés sont protégés pendant une période relativement courte de trois ans courant à compter de la date de leur divulgation et sont uniquement protégés contre une reproduction quasi servile, heureusement pourrait-on préciser.

Enfin, Il doit s'agir d'un dessin ou modèle communautaire et donc avoir été divulgué pour la première fois dans l'espace européen.

Il peut paraître cependant dommage qu'un banal modèle bénéficie ainsi d'une telle protection. Mais le droit communautaire est passé par là

*Tribunal de Grande instance de Paris 29 mars 2011 n° 2009-18127*

## MARQUE : ANNULATION D'UNE MARQUE POUR ATTEINTE AUX BONNES MŒURS.

Les marques qui sont déclarées nulles car contraire à la morale ou à l'ordre public ne sont pas légion.

On peut citer le terme « Cannabis » rejeté, car pouvant inciter à la consommation de ce produit stupéfiant, alors que la marque Opium a été au contraire validée.

Ou plus anciennement l'expression « mort aux vaches » qui possiblement aujourd'hui

ne subirait peut être pas le même le même sort.

C'est la marque « Puta Madre » désignant à la fois des vêtements et du champagne qui n'a pas cette fois résistée à la censure.

Le déposant de cette marque avait attaqué en contrefaçon des utilisateurs de cette expression et c'est donc sur une demande reconventionnelle des contrefacteurs que

cette marque a été annulée. La Cour d'appel de Montpellier a en effet jugé que le rapprochement des mots « mère » et « pute » était injurieux et vulgaire, voire blasphématoire et contrevenait à l'ensemble des règles imposées par la morale sociale qui prône la valorisation et le respect de celle qui donne la vie.

La Cour de cassation approuve de manière laconique, ne voulant pas entrer dans les débats réservé aux juges du fond : « *C'est par une appréciation souveraine que la Cour d'appel a retenu que la marque*

*contrevenait aux règles de la morale sociale et en a déduit qu'elle était contraire aux bonnes mœurs » nous dit en effet la cour suprême.*

Moralité : L'expression « Puta Madre » est exclue de toute protection au titre des marques. Et donc ironie de l'histoire en forme de pieds de nez à la censure, n'étant plus le monopole d'un seul, elle peut être désormais reprise et utilisée par tous.

*Cour de cassation 29 mars 2011 n° 10-12046*

### **MARQUE : ANNULATION D'UNE MARQUE EN RAISON DE SON CARACTERE NON DISTINCTIF**

Le titulaire de la marque SAVEURS & TRADITION DU MIDI désignant des produits alimentaires se plaignant de l'adjonction de la mention « saveurs et traditions du midi » aux produits commercialisés par une société concurrente, engagea une procédure en contrefaçon.

Le Tribunal rejette l'action en contrefaçon. La Cour d'appel de Nîmes confirme tout en prononçant également l'annulation de la marque.

Cette décision donne l'exemple type d'une marque dépourvue de distinctivité.

En effet l'expression « saveurs et traditions du midi » désigne de manière générique tous produits alimentaires qui peuvent se rapporter aux saveurs traditionnelles du

sud de la France, sans pour autant permettre de distinguer un produit fait par l'un ou l'autre des commerçants ou industriels utilisant de tels termes associés entre eux. Ainsi, l'expression : Saveurs et traditions du midi ne présente pas les caractéristiques d'une marque susceptible d'être protégée.

Solution classique d'autant que cette expression relève plus d'une indication de provenance géographique que d'un signe distinctif ou d'une marque.

Si les goûts et les couleurs sont personnels, les saveurs et traditions d'une région sont le bien de tous.

*Cour d'Appel de Nîmes 10 février 211 n° 2009-02102*

### **MARQUE ET CONDITION DE LA DEGENERESCENCE**

Les décisions prononçant la dégénérescence d'une marque ne sont pas nombreuses.

On se rappellera qu'une marque est atteinte de dégénérescence lorsqu'elle devient du fait du titulaire de la marque, c'est-à-dire en raison de son inaction, la désignation

usuelle du produit ou du service qu'elle désigne.

La dégénérescence entraîne la déchéance de la marque, elle tombe dans le domaine public, et tout le monde peut donc s'en servir.

Le 22 mars 2011 le Tribunal de Grande Instance de Paris a prononcé la déchéance de la marque « AIR SOFT GUN » qui désignait « des munitions et projectiles ainsi que des jouets ».

Naturellement cette expression est peu connue du grand public, mais c'est selon le Tribunal une expression largement utilisée dans le commerce des répliques factices d'armes à feu qui projettent par gaz ou air comprimé des billes en plastiques de 6 ou 8 mm.

Pour cette raison, cette marque ne distinguait donc plus un produit ou un service d'une entreprise des produits ou services d'une autre entreprise. Elle avait perdu sa distinctivité et donc sa fonction de marque.

Toutefois, la loi pose une condition à cette déchéance : la faute du titulaire. Et cette

faute est constituée par son laisser faire, son inaction. Inaction que le Tribunal constate en jugeant que le titulaire de la marque ne justifie d'aucun avertissement aux éditeurs de sites internet, magazines et catalogues présentant l'expression « Air soft gun » de façon générique, ni s'être opposé aux enregistrements des dénominations sociales et noms de domaines comportant l'expression ou les termes « Air soft ».

Certes, et sous réserve des voies de recours, cette expression n'était d'une grande distinctivité, puisque les mots et leur traduction en français désignaient quasiment les caractéristiques du produit.

Ceci expliquant cela, elle était rapidement devenue une expression générique. C'est pourquoi, plus une marque est évocatrice du produit, plus elle risque d'être utilisée comme un terme désignant le produit. Et le couperet de la dégénérescence, risque de tomber d'autant plus vite, si le titulaire ne réagit pas systématiquement à l'utilisation par les tiers de sa marque.

*Tribunal de grande instance de Paris 3<sup>ème</sup> chambre 1<sup>ère</sup> section 22 mars 2011 n° 2010-00222*

## **MARQUE ET REGLE DE L'ÉPUISEMENT DES DROITS.**

Rappelons la règle édictée par l'article 713-4 du Code de la propriété reproduisant mot pour mot l'article 7 de la directive CE du 21 décembre 1988 : « *Le droit conféré par la marque ne permet pas à son titulaire d'interdire l'usage de celle-ci pour des produits qui ont été mis dans le commerce dans la communauté économique européenne sous cette marque par le titulaire ou avec son consentement* ».

C'est la fameuse règle dite de l'épuisement des droits. En clair, dès que le produit

revêtu d'une marque a été mis dans le commerce dans la communauté européenne par le titulaire de la marque, ce même produit doit circuler librement à travers le marché européen.

Cette règle de l'épuisement des droits s'étend aux autres droits de propriété intellectuelle : droit d'auteur, dessins et modèles et brevets.

Le texte prévoit une limite à cet épuisement des droits lorsque le titulaire de la marque justifie de motifs légitimes, et

parmi ces motifs légitimes, il est prévu celui tenant à la modification ou l'altération, ultérieurement intervenu, de l'état du produit.

Une question intéressante porte sur l'écoulement des stocks invendus par un distributeur licencié lorsque le contrat est soit résilié soit simplement arrivé à son terme.

Le titulaire de la marque a-t-il donné son consentement à la commercialisation de ce stock normalement acheté pendant la période contractuelle mais écoulé postérieurement ?

La question se trouve souvent si ce n'est toujours réglée par les dispositions du contrat lui-même.

Tout contrat de licence normalement constitué prévoit le sort des stocks non vendus. Souvent le donneur de licence bénéficie d'une préférence ou d'une option pour racheter ces stocks à un prix réduit, ou alors impose que l'écoulement des stocks ne puisse avoir pour effet d'entraîner une banalisation excessive du produit.

Or, le non respect de ces dispositions contractuelles relatives à l'écoulement du

stock post contractuel est constitutif de contrefaçon pour l'auteur de cet écoulement et pour l'acheteur du stock qui ne peut invoquer la règle de l'épuisement des droits puisque précisément le titulaire de la marque n'a pas donné son consentement à la commercialisation du produit dans la manière par laquelle il a été commercialisé.

Un bon exemple nous est donné par un arrêt rendu par la Cour d'appel de Paris en date du 24 novembre 2010 relatif à la marque de prêt-à-porter Cerruti et pour laquelle des articles avaient été commercialisés par le licencié postérieurement à la période contractuelle accordée pour écouler le stock.

L'épuisement des droits n'était plus opposable pour combattre l'action en contrefaçon, puisque précisément l'accord du titulaire de la marque faisait défaut. .

Cet arrêt nous démontre que la règle de l'épuisement des droits repose avant tout sur le consentement du titulaire de la marque à la commercialisation de son produit et que cette règle qui devrait être un principe est bien souvent une exception.

*Cour d'appel de Paris 24 Novembre 2010  
n° 2009-01600*

## **MARQUE DE RENOMMÉE : CONDITIONS DE SA PROTECTION.**

On rappellera d'abord qu'une marque de renommée est protégée au-delà des produits ou services pour lesquels elle est enregistrée.

Lorsque le titulaire d'une marque de renommée s'estime victime d'une atteinte à ses droits, il lui appartient naturellement d'apporter la preuve de cette atteinte.

Mais de quelle atteinte s'agit-il précisément ?

En tous cas, il ne suffit plus de se contenter d'affirmer que le caractère distinctif de la marque de renommée est sujet à dilution en raison de l'apparition d'un signe similaire apposés sur des produits différents, il faudra l'établir.

La société Agatha, bien connue pour ses bijoux fantaisies, est titulaire d'une marque figurative consistant en la représentation stylisée d'un petit chien scottish-terrier vu

de profil et enregistrée pour désigner divers produits des classes 3,14,18 et 25.

Elle a assigné une société qui commercialisait des colliers et laisses pour chiens comportant un motif imitant cette marque.

S'agissant de produits différents, seule l'atteinte à la marque de renommée pouvait être invoquée. Et c'est donc sur ce terrain que la société Agatha a introduit son action.

Elle est cependant déboutée par les juges du fond et la Cour de cassation approuve.

En effet selon les juges la preuve que l'usage d'un signe similaire à une marque antérieure de renommée porte ou risque de porter préjudice au caractère distinctif de cette marque suppose qu'il soit démontré que le comportement économique du consommateur moyen des produits pour lesquels la marque est enregistrée a été modifiée consécutivement à l'usage de ce signe. Et cette preuve n'a pas été rapportée.

Autrement dit, le titulaire de la marque de renommée doit donc justifier de la dilution ou du risque de dilution du caractère distinctif de la marque, ou encore une diminution de sa force d'attraction auprès du consommateur visé par les articles commercialisés sous la marque de renommée.

Il est vrai que dans la présente affaire les juges avaient retenu que les articles litigieux que sont les colliers et laisses pour chiens étaient très différents des articles commercialisés par la société Agatha et que de nombreux produits animaliers étaient décorées de petits chiens type scottish terrier.

Or, c'est pourtant précisément pour se défendre contre des produits différents que la protection des marques de renommée a été instaurée.

La preuve ne sera pas évidente à rapporter, et cela fera nécessairement les beaux jours des bureaux d'études qui établiront scientifiquement, à l'aide de tableaux, d'études de marché et du comportement, de sondages, statistiques, etc. que le comportement du consommateur a été modifié consécutivement à l'usage du signe litigieux.

Le coût des procédures s'alourdira. Mais qui dit marque de renommée, dit aussi entreprise de renommée.

Nous sommes dans la cour des grands et dans cette cour les moyens financiers ne sont pas des obstacles à la recherche de la preuve d'un préjudice.

*Cour de cassation 1<sup>er</sup> mars 2011 n°10 - 14967*

# DROIT DES AFFAIRES

## AGENT COMMERCIAL : CRITÈRE D'APPLICATION DU STATUT DE L'AGENT

N'a pas le statut d'agent commercial qui veut !

Une société A conclut divers contrats de services avec une société B pour la diffusion de ses produits pharmaceutiques en Afrique et ce pendant une trentaine d'années. La société A met fin à la relation avec un préavis de six mois.

La société B demande d'être indemnisée en invoquant son statut d'agent commercial et réclame donc l'indemnité de rupture.

Mais voilà, la société B a-t-elle été vraiment agent commercial de la société A ?

On sait que peu importe la qualification du contrat que se sont données les parties, seule la manière donc la relation a été exécutée déterminera ladite qualification..

Et la Cour de cassation approuvant la Cour d'appel rejette le statut d'agent commercial en constatant que la mission de la société B consistait à visiter dans les territoires concédés, les différents professionnels de santé pour promouvoir les produits de la société A et à fournir des renseignements et conseils propres à assurer les meilleurs

résultats possibles compte tenu du particularisme des marchés.

Mais, la suite de l'arrêt est encore plus intéressant, puisque la Cour de cassation constate que la société B ne disposait pas de façon permanente d'un pouvoir de négocier des contrats au nom et pour le compte de la société A, ce qui excluait la qualité d'agent commercial.

Tel semble donc bien le critère arrêté par la Cour de cassation. L'agent commercial négocie et de façon permanente pour le compte du mandant.

C'est d'ailleurs la définition donnée par la loi de l'agent commercial : « *L'agent commercial est un mandataire..... qui est chargé de façon permanente, de négocier et éventuellement de conclure des contrats.....au nom et pour le compte de producteurs, d'industriels de commerçants.....* » (Article L 134-1 du Code de commerce).

En conclusion : pas de pouvoir permanent de négociation, pas de statut d'agent commercial.

*Cour de cassation 27 avril 2011 n° 10-14851*

## CAUTION : DIFFERENCE DE SANCTION EN CAS DE NON RESPECT DU FORMALISME DES ARTICLES L 341-2 ET L 341-3 DU CODE DE LA CONSOMMATION

Deux articles du Code de la consommation témoignent du formalisme exigé en matière de cautionnement d'une personne physique envers un professionnel. Le cas d'école est

le cautionnement donné au profit d'un établissement financier.

D'abord l'article L 341-2 du code de la consommation relatif à l'acte de caution lui-même et qui impose de faire précéder sa signature de la mention manuscrite suivante, et uniquement de celle-ci : "*En me portant caution de X..., dans la limite de la somme de ... couvrant le paiement du principal, des intérêts et, le cas échéant, des pénalités ou intérêts de retard et pour la durée de ..., je m'engage à rembourser au prêteur les sommes dues sur mes revenus et mes biens si X... n'y satisfait pas lui-même.*"

Ensuite, l'article L 341-3 du code de la consommation relatif à l'engagement solidaire et qui impose de faire précéder sa signature de la mention manuscrite suivante : "*En renonçant au bénéfice de discussion défini à l'article 2298 du code civil et en m'obligeant solidairement avec X..., je m'engage à rembourser le créancier sans pouvoir exiger qu'il poursuive préalablement X...*".

Alors que chacun de ces deux articles prévoient que le non respect de la mention entraîne la nullité de l'engagement, cette nullité n'est cependant pas la même.

Dans un arrêt du 8 mars 2011 la Cour de cassation rappelle que la sanction du non respect du formalisme relatif à l'acte de caution lui-même (L 341-2) est la nullité de l'acte, c'est donc tout l'acte de caution qui tombe en cas d'inobservation des termes de la mention prescrite. (*Voir*

*l'arrêt de la Cour d'appel de Bourges du 1<sup>er</sup> juillet 2010 lettre d'information n°31 de janvier 2011*).

S'agissant au contraire de la sanction de l'inobservation de la mention relative à la solidarité (L 341-3) ce n'est pas la nullité de l'acte de caution mais l'impossibilité pour le créancier de se prévaloir de ladite solidarité. L'engagement souscrit par la caution demeure donc valable.

En conséquence, alors que les deux articles prévoient pourtant la même sanction en cas d'inobservation du formalisme, les conséquences seront pourtant différentes. Pour le premier, L 341-2 c'est la nullité de l'engagement de caution, pour le second L 341-3 la nullité se limite à la solidarité.

On peut comprendre cette différence de régime même si dans le texte la sanction édictée est identique. Une erreur ou coquille du législateur semble-t-il réparée par la jurisprudence. Le non respect du formalisme touchant à la condition ou à l'accessoire d'un engagement ne doit pas faire tomber l'engagement tout entier.

Notons que l'absence de solidarité permet tout de même à la caution d'exiger que le créancier poursuive préalablement le débiteur principal.

*Cour de cassation 8 mars 2011 n° 10-10699*

## **COMPTE COURANT D'ASSOCIE IL EST REMBOURSABLE A TOUT MOMENT.**

Un compte courant d'associé est un prêt fait par l'un des associés à sa société mais dont le terme pour sa restitution n'est pas fixé.

Une question rarement posée est celle de son délai de restitution lorsque l'associé le demande.

Aux termes de l'article 1900 du Code civil, s'il n'a pas été fixé de terme pour la restitution d'un prêt, le juge peut accorder à l'emprunteur un délai suivant les circonstances.

Dans une affaire jugée par la Cour de cassation, cette dernière énonce que ces dispositions ne sont pas applicables au



compte courant d'associé en l'absence de convention particulière ou statutaire et doit donc être remboursable à tout moment.

Dans cette affaire, la société débitrice assignée en remboursement de ce compte courant invoquait les dispositions de l'article 1900 du Code civil et soutenait que le juge saisi d'une demande de remboursement de compte courant doit pouvoir retenir une date postérieure à la demande.

Elle voit donc sa demande rejetée.

Notons que la Cour de cassation prévoit un remboursement à tout moment, sauf convention particulière ou statutaire. Il peut être donc judicieux de prévoir dans les statuts que la société remboursera les

comptes courants que si sa trésorerie peut le supporter. Mais alors, l'associé prêtera-t-il aussi facilement ? Sauf à prévoir dans une convention séparée une clause contraire ce qui implique de vérifier et de respecter le quorum exigé pour modifier ainsi les statuts.

Enfin, rassurons les sociétés en difficulté, car rien ne semble interdire de demander des délais de grâce. Le Tribunal pouvant en effet reporter ou accorder jusqu'à 24 mois de délai, mais ceci est un autre fondement, car il faudra pour la société d'avoir à justifier que le remboursement immédiat aura des conséquences graves et irréversibles

*Cour de cassation 10 mai 2011 n°10-18749*

#### **GARANTIE DE PASSIF ABSENCE DE SOUPLESSE DANS LE RESPECT DU DELAI DE PREVENANCE.**

Une garantie de passif consécutive à la cession d'actions d'une société prévoyait que le cessionnaire s'oblige à prévenir le cédant par lettre recommandée avec avis de réception de toute vérification comptable ou sociale, de toute notification, injonction ou assignation. Ce courrier devra parvenir au cédant dans un délai de 15 jours au plus tard, suivant la réception de l'avis, de la notification de l'injonction ou de l'assignation.

Par courrier du 6 décembre 2000 le cessionnaire informe le cédant de l'envoi par l'administration fiscale d'un avis de vérification de comptabilité adressé le 16 octobre 2000 à la société, et donc plus de 15 jours après réception de l'avis de vérification.

Le cessionnaire informe ensuite le cédant qu'il entend mettre en œuvre la garantie de passif, et naturellement le cédant lui

oppose le fait qu'il n'a pas été prévenu dans les 15 jours conformément aux dispositions de la garantie de passif.

La Cour d'appel condamne cependant le cédant à garantir le cessionnaire en retenant que même si le courrier du 6 décembre 2000 ne respecte pas le délai de quinzaine prévu, il convient de relever que les opérations de vérification de la comptabilité de la société se sont poursuivies du 31 octobre 2000 jusqu'au 22 mai 2001, et que les cédants n'ont donc pas été privés de toute possibilité de contestation ou de discussion avec l'administration fiscale.

Censure de la Cour de cassation, évidente, pourrait-on ajouter, puisque la garantie de passif prévoyait que le non respect de ce délai de quinzaine entraînait la déchéance de tous droits de cette garantie.

La convention fait la loi des parties. Cette convention ne supporte donc pas la moindre souplesse quant au respect du délai de prévenance, peu importe si ce non respect n'a eu aucune conséquence préjudiciable pour le bénéficiaire de la garantie.

Un délai est un délai, il n'y a rien à ajouter en guise de conclusion.

*Cour de cassation 15 mars 2011 n° 09-13299*

## **LETTRE D'INTENTION OBLIGATION DE RÉSULTAT OU DE MOYENS ?**

Une lettre d'intention est un engagement unilatéral qui lie contractuellement son rédacteur à son bénéficiaire. Mais quelle est la portée de cet engagement ?

Dans une lettre d'intention, une société mère s'oblige à faire le nécessaire pour que sa filiale soit en mesure de faire face à ses obligations.

Voulant ensuite préciser ses véritables intentions, ou alors prise de regret, la société mère adresse une seconde lettre dans laquelle elle explique qu'elle n'entendait être tenue que d'une obligation de moyens.

Or, pour la Cour de cassation, l'expression « *faire le nécessaire* » est constitutif d'une obligation de résultat, et donc en adressant la première lettre, la société mère s'est donc obligée envers le créancier dans le cadre d'une telle obligation. Et comme tout engagement ferme il ne peut être modifié qu'avec l'accord du bénéficiaire.

Cet arrêt a donc le double mérite de rappeler la différence entre une obligation de résultat et une obligation de moyens mais aussi de rappeler l'importance des termes utilisés dans un engagement.

*Cour de cassation 19 janvier 2010 n° 09-14438*

## **VICES CACHÉS : UN VENDEUR PARTICULIER PEUT ETRE ASSIMILÉ A UN VENDEUR PROFESSIONNEL**

Souvent dans un acte de vente figure une clause de non garantie des vices cachés.

Cette clause est parfaitement valable sauf s'il est démontré que le vendeur connaissait les vices.

Comme, il est bien difficile pour l'acquéreur d'apporter une telle preuve, la jurisprudence a établi une présomption de connaissance des vices cachés à l'encontre des professionnels.

Le professionnel est censé connaître la chose qu'il vend et donc les vices de cette

chose. Point de salut pour ce vendeur professionnel et donc pour la clause de non garantie qui ne sera pas opposable à l'acquéreur sauf si cet acquéreur est lui-même un professionnel de la même spécialité. Par exemple un garagiste qui vend une voiture à un autre garagiste.

Mais le simple particulier peut lui aussi être considéré comme un professionnel, s'il se comporte comme tel.

Ce fut le cas d'un particulier qui réalisa dans son appartement avec l'aide d'un artisan plombier-chauffagiste des travaux

relatifs au système de chauffage avec installation d'un poêle à bois en rez-de-chaussée et percement du plancher intermédiaire.

A la suite de la vente de son appartement un incendie se déclara détruisant la toiture et la charpente. L'acheteur assigna donc son vendeur en responsabilité en invoquant la garantie des vices cachés. Le vendeur opposa la clause exonératoire de garantie stipulée dans l'acte.

Peu importe pour les juges que ce vendeur soit un particulier et donc un non professionnel. Ils considèrent la clause non opposable à l'acheteur. La Cour de cassation approuve.

En effet, la Cour constate que le vendeur s'est comporté comme un véritable maître d'œuvre, qu'il a acheté lui-même les matériaux, conçu l'installation et l'a en partie réalisé.

En conséquence il est assimilé à un vendeur professionnel. La clause de non garantie est donc inopposable à l'acquéreur.

Il existe donc des professionnels qui s'ignorent, c'est donc le danger qui guettent ceux qui s'estiment couverts par une clause de non garantie.

*Cour de cassation 9 février 2011 n°09-71498*

**Lettre d'information juridique n°37 /Juillet/Août 2011**

**Cabinet Claude BARANES**

45 Avenue Victor Hugo 75116 Paris Tel 01 43 80 37 21 Fax 01 43 80 08 68

[claudebaranes@avocat-baranes.fr](mailto:claudebaranes@avocat-baranes.fr)

**[www.avocat-baranes.fr](http://www.avocat-baranes.fr)**