

Exempt du droit de greffe - art. 280,2° C.Enr.

10 ①



**Expédition**

Numéro du répertoire <b>2014 / 8133</b>
Date du prononcé <b>10 -10- 2014</b>
Numéro du rôle <b>2014/AR/706</b>

Délivrée à	Délivrée à	Délivrée à
le € CIV	le € CIV	le € CIV

Non communicable au  
receveur

Marques – appel  
principal fondé –  
appel incident  
non fondé

# Cour d'appel de Bruxelles

## Arrêt

9ème chambre b  
affaires civiles

Présenté le <b>15 10 2014</b>
Non enregistrable <b>D'HOOGNE</b>

COVER 01-00000037466-0001-0028-01-01-1



**En cause de :**

**GENERIK S.A.R.L.**, dont le siège social est établi à F-78490 MERE - FRANCE, rue de la Chasière 5 PB 72, numéro Siren 453,848,558,

partie appelante,

représentée par Maîtres de HAAN Tanguy et THOUMSIN Pierre-Yves, avocats à 1000 BRUXELLES, Chaussée de la Hulpe 120,

**Contre :**

1. **CODIBEL S.A.**, SOCIETE ANONYME DE CONDITIONNEMENT BELGE, dont le siège social est établi à 7180 SENEFFE, rue Jules Bordet, zone C, inscrite à la Banque Carrefour des Entreprises sous le numéro 0402.133.096,

partie intimée,

représentée par Maître DEHON Philippe, avocat à 1040 BRUXELLES, Avenue des Gaulois 33,

plaideur : Maître BROCHE Caroline,

2. **LABO OILY S.P.R.L.**, en liquidation, dont le siège social est établi à 1190 BRUXELLES, rue des Primeurs 69, inscrite à la Banque Carrefour des Entreprises sous le numéro 0425.627.882,

partie intimée,

représentée par Maître WOUTERS Jorden, avocat à 1700 DILBEEK, Kaudenaardestraat 13,

plaideur : Maître WILLEGEMS Karla.

\*\*\*\*

PAGE 01-00000037466-0002-0028-01-01-4



### I. La décision attaquée

L'appel est dirigé contre le jugement prononcé le 10 février 2014 par le président du tribunal de commerce de Bruxelles siégeant comme en référé.

Les parties ne produisent pas d'acte de signification de ce jugement.

### II. La procédure devant la cour

La SARL Generik a déposé sa requête d'appel au greffe de la cour, le 19 mars 2014.

L'appel, régulier en la forme, et interjeté dans le délai légal, est - partant – recevable.

La cause a été mise en état sur base de l'ordonnance rendue le 24 avril 2014, en application de l'article 747 du Code judiciaire.

La procédure est contradictoire.

Il est fait application de l'article 24 de la loi du 15 juin 1935 sur l'emploi des langues en matière judiciaire.

### III. Les faits et antécédents de la cause

N.B. : Quand il sera fait référence aux conclusions et pièces des dossiers des parties, par facilité, il sera mentionné « A » pour la (les) partie(s) appelante(s) et « I » pour la (les) partie(s) intimée(s).

1. Les faits de la cause ont été adéquatement relatés par le premier juge et la cour se réfère à l'exposé qu'il en a fait, et qu'elle fait sien.

PAGE 01-00000037466-0003-0028-01-01-4



Il suffit de préciser que Generik et Codibel sont actives dans le même secteur des produits capillaires.

Generik dispose d'une marque verbale internationale n° 895029 (13 juillet 2006) et d'une marque verbale communautaire n° 9435512 (11 octobre 2010) sous le nom *Generik*.

Codibel vend ses produits capillaires sous la dénomination *Generic Line* développés par Labo Oily.

Generik (anciennement DBM Generik) et Codibel ont à une certaine époque collaboré.

Generik invoque le risque de confusion entre sa marque « *Generik* » et « *Generic Line* ».

Codibel invoque une utilisation antérieure de sa dénomination par rapport à l'enregistrement de Generik.

2. Le 26 juin 2013 DBM Generik assigne Codibel et Labo Oily devant le président du tribunal de commerce de Bruxelles siégeant comme en référé.

➤ Elle demande de :

*« Faire interdiction à la SA CODIBEL et la SPRL LABO OILY de faire usage, dans l'ensemble de l'Union européenne, du signe GENERIC LINE pour des produits et services liés aux soins capillaires et ce, sous peine d'une astreinte de 1.000 € par produit vendu, offert à la vente ou affiché sur un catalogue papier ou électronique et par jour de retard à se conformer à cette interdiction ;*

*Ordonner la publication du jugement à intervenir sur les pages d'accueil des sites [www.codibel.be](http://www.codibel.be) et [www.labo oily.be](http://www.labo oily.be) pour une durée de trois mois et ce, sous peine d'une astreinte de 5.000 € par jour de retard à dater du dixième jour suivant la signification du jugement à intervenir ;*

*Ordonner la destruction des étiquettes des produits GENERIC LINE en possession de la SA CODIBEL et/ou de la SPRL LABO OILY ou sous leur contrôle ou, si cela n'est pas possible, de l'emballage entier et ce, sous contrôle d'un huissier et aux frais de la SA CODIBEL et de la*



*SPRL LABO OILY, sous peine d'une astreinte de 5.000 € par jour de retard à dater du dixième jour suivant la signification du jugement à intervenir ;*

*Déclarer la demande reconventionnelle de CODIBEL non fondée ;*

*Condamner la SA CODIBEL et la SPRL LABO OILY aux entiers frais et dépens de l'instance, en ce compris l'indemnité de procédure liquidée à 1.320 € ».*

➤ CODIBEL demande de :

*« A titre principal*

*Déclarer l'action recevable mais non fondée*

*Déclarer nul l'enregistrement de la marque "GENERIK" en ce qui concerne la Communauté Européenne*

*Condamner la partie demanderesse aux dépens de l'instance en ce compris l'indemnité de procédure de CODIBEL, fixée à 1. 320€.*

*A titre subsidiaire*

*Déclarer l'action recevable et fondée uniquement en ce qu'elle vise à interdire à la SA CODIBEL et à la SPRL LABO OILY de faire usage, dans l'ensemble de l'Union Européenne, du signe GENERIC LINE pour des produits et services liés aux soins capillaires ;*

*Déclarer les mesures d'astreinte, d'affichage et de destruction non fondées ».*

➤ Labo Oily demande de :

*« Entendre déclarer la demande de la demanderesse non fondée ;*

*Prendre acte de la réserve de la concluante de développer ses moyens dans le cadre de l'éventuelle demande en garantie.*

*Entendre condamner la demanderesse au paiement des dépens, en ce compris l'indemnité de procédure évaluée à la somme de 2.000 € ».*

Par le jugement entrepris, le premier juge décide que les demandes principales et reconventionnelles sont non fondées.

3. Devant la cour,

PAGE 01-00000037466-0005-0028-01-01-4



➤ **Generik demande de :**

*Dire l'appel principal recevable et fondé et, en conséquence,*

- *réformer le jugement querellé et faire interdiction à la SA CODIBEL et la SPRL LABO OILY de faire usage, dans l'ensemble de l'Union européenne, du signe GENERIC LINE pour des produits et services liés aux soins capillaires et ce, sous peine d'une astreinte de 1.000 EUR par produit vendu, offert à la vente ou affiché sur un catalogue papier ou électronique et par jour de retard à se conformer à cette interdiction ;*
- *réformer le jugement querellé et ordonner la publication de l'arrêt à intervenir sur les pages d'accueil des sites [www.codibel.be](http://www.codibel.be) et [www.labo oily.be](http://www.labo oily.be), pour une durée de 3 mois et ce, sous peine d'une astreinte de 5.000 EUR par jour de retard à dater du dixième jour suivant la signification de l'arrêt à intervenir ;*
  - *réformer le jugement querellé et ordonner la destruction des étiquettes des produits GENERIC LINE en possession de la SA CODIBEL et/ou de la SPRL LABO OILY ou sous leur contrôle ou, si cela n'est pas possible, de l'emballage entier et ce, sous contrôle d'un huissier et aux frais de la SA CODIBEL et de la SPRL LABO OILY, sous peine d'une astreinte de 5.000 EUR par jour de retard à dater du dixième jour suivant la signification de l'arrêt à intervenir ;*

**Statuant sur l'appel incident**

- *Le dire fondé et, en conséquence, confirmer le jugement en ce qu'il a déclaré les marques de l'appelante valables.*

**En tout état de cause**

- *condamner Codibel et Labo Oily au paiement des entiers dépens, dont une indemnité de procédure de 2.500 € pour chaque instance, ainsi que les frais de citation (264,92 €) et de mise au rôle en degré d'appel (210 €).*

➤ **Codibel demande de :**

« A titre principal :

*Déclarer l'appel irrecevable ;*

⌈ PAGE 01-00000037466-0006-0028-01-01-4 ⌋



A titre Subsidaire :

*Déclarer l'appel recevable mais non fondé ;*

*Déclarer l'appel incident recevable et fondé ;*

*En conséquence,*

*Déclarer nul l'enregistrement de la marque « GENERIK » tant au niveau mondial qu'au niveau de la Communauté Européenne ;*

*Condamner la partie demanderesse aux dépens de l'instance en ce compris l'indemnité de procédure de la concluante fixée à 1.320,00 € ;*

A titre infiniment subsidiaire :

*Déclarer l'appel recevable et fondé uniquement en ce qu'il vise à interdire à la SA CODIBEL et la SPRL LABO OILY de faire usage, dans l'ensemble de l'Union Européenne, du signe GENERIC LINE pour des produits et services liés aux soins capillaires ;*

*Débouter l'appelante du surplus de sa demande ».*

➤ Labo Oily demande de :

*« Entendre déclarer l'appel irrecevable et au moins non fondé.*

*Par conséquent, entendre confirmer le jugement prononcé par la Chambre des actions en cessation du Tribunal de commerce de Bruxelles en date du 10 février 2014.*

*Prendre acte de la réserve de la concluante de développer ses moyens dans le cadre de l'éventuelle demande en garantie.*

*Entendre condamner la SARL Generik aux dépens des deux instances, en ce compris les indemnités de procédure, évaluée en appel à une somme de 1.320,00 € ».*

**IV. DISCUSSION**

4. Pour rappel, et la cour se fonde à cet égard sur l'éminente doctrine de Monsieur Claude Parmentier, Président de section émérite à la Cour de cassation, et son étude intitulée « Le devoir de motivation et les conclusions » (Le Pli Juridique – numéro 26 – décembre 2013 – Anthémis – p. 4) :
- le juge ne doit répondre qu'à des conclusions écrites ;
  - les conclusions doivent être motivées ;

PAGE 01-00000037466-0007-0028-01-01-4



- les conclusions doivent être claires et précises ;
- les conclusions doivent être déposées régulièrement ;
- le juge ne doit répondre qu'aux moyens exposés dans les conclusions de synthèse, sans pouvoir tenir compte des conclusions antérieures (sous réserve des effets de droit que leur dépôt a pu produire) ;
- les dernières conclusions d'une partie prennent la forme de conclusions de synthèse même si elles ne portent pas cet intitulé ;
- le juge ne doit répondre qu'aux véritables moyens et non aux arguments qui ne constituent pas des moyens distincts ;
- le moyen est l'énonciation d'un raisonnement juridique d'où la partie entend déduire le bien-fondé d'une demande ou d'une défense (l'énonciation d'un fait ou d'une allégation qui est suivie d'aucune déduction juridique ne constitue pas un moyen) ;
- le raisonnement doit être de nature à influencer sur la solution du litige ;
- l'argument est tout ce qui vient à l'appui du moyen : faits, pièces, etc. ;
- le juge ne doit pas répondre à un moyen qui est en réalité étranger à l'objet du litige (et en cas de réouverture des débats, étranger à l'objet de celle-ci).

5. De plus, si certes l'appel est un second degré de juridiction qui est ouvert sous certaines conditions au justiciable, ne constituant par ailleurs pas un principe général de droit ni un principe constitutionnel (C. Arb. 9 septembre 1993, JLMB 1993, 1190), il est aussi trop souvent perdu de vue qu'il suppose, ainsi que le précise l'article 1057 alinéa 7 du Code judiciaire, l'énonciation de griefs.

Or, un grief est certes l'exposé des motifs d'une demande en justice mais aussi le sujet, motif de plainte que l'on estime avoir contre quelqu'un ou son attitude, ses doléances (définition dictionnaire Larousse).

« *Enoncer ses griefs signifie dire ce que l'on reproche à un jugement préalablement rendu* » (Glosset-Marchall – Van Droogeehbrouck – Examen de jurisprudence 1993 – 2005 – Droit judiciaire privé – Les voies de recours – RCJB 2006, n° 198, p. 215) sans qu'il s'agisse simplement de formules générales (« à tort », etc... ) mais *in concreto*.





**A. Quant à l'irrecevabilité**

6. Aux termes de ses conclusions, Codibel se dit notamment surprise et étonnée à certains égards et développe certaines considérations.

Comme rappelé ci-dessus ces « considérations » ne constituent pas des moyens et la cour n'a donc pas à y répondre.

7. Le grief qu'articule Codibel (et Labo Oily qui lui emboîte le pas) consiste à soutenir qu'à défaut pour Generik d'avoir indiqué dans sa requête d'appel un n° Siren ou de Siret, il ne lui est pas possible d'avoir la certitude que l'appelante est bien celle qui l'a assignée originairement, à savoir la SARL DBM Generik, de telle sorte qu'elle ne peut valablement s'assurer de sa qualité et intérêt à agir (article 17 du Code judiciaire).

Elles argumentent en signalant, d'une part, que le registre de commerce et des sociétés français renseigne plusieurs établissements référencés sous le nom Generik, soit un siège social et trois établissements secondaires, et qu'il n'est pas possible de savoir si chacun n'a pas une personnalité juridique distincte.

Elles évoquent aussi le fait que, d'autre part, déjà en première instance, l'action a été introduite le 26 juin 2013 par « DBM Generik » alors que la modification de la raison sociale en Generik était déjà intervenue (le 10 juin 2013) et qu'il n'en a jamais été fait mention.

Elles soutiennent par ailleurs que cette circonstance a une incidence sur la titularité de la marque déposée et entendent que Generik démontre que c'est elle qui est ce titulaire.

8. Generik démontre par les pièces de son dossier que lors de son assemblée générale du 10 juin 2013, elle a modifié sa dénomination sociale « S.à.r.l. DBM Generik » en « Generik » et a opéré le transfert de son siège social du 37, rue des Mathurins – 75008 Paris au 5, rue de la Chasière – BP 72 – 78490 Méré (pièce 1.7.a. A – sixième et septième résolutions) de telle sorte que sa dénomination et son adresse actuelle sont « Generik, 5 rue de la Chasière – BP 72- 78490 Méré, France », ce qui correspond aux termes de sa requête d'appel.



887

Elle est par ailleurs immatriculée au Registre de Commerce et des Sociétés sous le numéro SIREN 453.848.558 et qui correspond à l'adaptation de son n° de TVA FR-45. 453 848 558.

Elle dispose, en outre, de trois unités d'établissement identifiées par les numéros SIRET 453 848 558 00046, 453 848 558 00053 et 453 848 558 00061 (pièce 1.7.b).

Il n'y a donc pas de confusion ni d'incertitude quant à l'intérêt et la qualité à agir de l'appelante.

9. La circonstance que cette modification n'ait pas été signalée dès la première instance peut s'expliquer par la quasi coïncidence de dates de modification et de citation (10 et 26 juin) et le fait qu'entre le moment où son projet de citation a été transmis à l'huissier, et la citation, ce changement n'était pas encore opéré et ait ensuite échappé à l'attention des conseils, voire de leur cliente.

Cette éventuelle distraction n'entache en rien la qualité et l'intérêt à agir de « Generik » dont il est démontré qu'elle est bien la raison sociale de l'ancienne DBM Generik.

10. Generik apporte aussi la preuve que le changement de dénomination sociale et d'adresse ont été dûment notifiés aux Offices des marques concernés :
  - le 17 mars 2014, l'OMPI a confirmé à l'agent en marques de Generik que la modification de son nom et de son adresse avaient été inscrits au registre, pour l'enregistrement international n° 895029 (pièce 1.7.c) ;
  - le 20 janvier 2014, l'OHMI a confirmé à l'agent de Generik que la modification de son nom et de son adresse avaient été inscrits au registre, pour la marque communautaire n° 9435512 (pièce 1.7.d).

Ainsi, c'est bien la même société qui a diligenté la procédure de première instance et qui est titulaire des marques GENERIK invoquées.

Le moyen d'irrecevabilité soulevé par Codibel et Labo Oily est donc sans fondement.



**B. Quant à la demande à l'égard de Labo Oily en liquidation**

11. Labo Oily estime que l'appel est sans objet car elle est en liquidation et que le risque de récidive est dès lors exclu, n'ayant plus d'activités.

La mise en liquidation d'une société n'exclut pas que celle-ci ne respecte pas en réalité, le fait que son activité ne puisse plus être que résiduaire et réalisée uniquement pour mener à bonne fin et dans les meilleures conditions sa liquidation, mais que tout au contraire, sous couvert de cette mise en liquidation, elle ne continue son activité.

Il n'est pas exclu qu'un redémarrage des activités – certes en violation des règles de la liquidation – ne puisse avoir lieu.

Le risque de récidive n'est dès lors pas exclu.

De plus, le fait que Labo Oily aurait cédé – soi disant – ses dénominations ne résulte pas de manière explicite de la convention de cession et il n'est donc pas démontré qu'il lui est dorénavant impossible de vouloir à nouveau les utiliser.

Il s'en déduit que le risque de récidive n'est pas réellement exclu.

L'action à son encontre n'est donc pas sans objet.

**C. Quant à la demande de déclaration de nullité de la marque Generik (appel incident)**

12. Cette demande de Codibel et de Labo Oily se fonde sur l'absence de caractère distinctif de la marque « Generik » car, selon elles, :
- l'enregistrement d'un mot en tant que marque ne lui confère pas ipso facto un quelconque caractère distinctif ;
  - le terme « générique » est un adjectif usuel vu la profusion d'appellations « générique » notamment en matière pharmaceutique.



13. Les marques dépourvues de caractère distinctif sont, notamment, celles qui, du point de vue du public pertinent, sont communément utilisées, dans le commerce, pour la présentation des produits ou des services concernés ou à l'égard desquelles il existe, à tout le moins, des indices concrets permettant de conclure qu'elles sont susceptibles d'être utilisées de cette manière. Par ailleurs, de telles marques ne permettent pas au public pertinent de répéter une expérience d'achat, si elle s'avère positive, ou de l'éviter, si elle s'avère négative, lors d'une acquisition ultérieure (TPI, 20 novembre 2002, T-79/01 et T-86/01, *Kit Pro* et *Kit Super Pro*, point 19).

14. Tel n'est pas le cas en l'espèce, le vocable « générique » n'étant pas utilisé de telle manière en matière cosmétique et capillaire.

L'expression « générique » et/ou « generik » - expression verbale - dispose de son caractère distinctif propre qui permet au public de pouvoir soit racheter le produit visé sans confusion avec d'autres et, soit de l'éviter, s'il échet.

15. La comparaison avec le domaine pharmaceutique et l'usage de médicaments génériques est irrelevante car, dans ce cas, il s'agit d'une référence à une molécule ou substance qui sert de support au produit.

En effet, selon le Larousse, « générique » se dit d'un médicament dont la formule est tombée dans le domaine public et qui est vendu sous sa dénomination commune à un prix inférieur à celui de la spécialité correspondante.

En termes législatifs, la définition du médicament est commune à l'ensemble des pays de l'Union Européenne et sert à déterminer les conditions de mise sur le marché des spécialités pharmaceutiques.

- Pour le médicament : la loi du 25 mars 1964, sur les médicaments définit celui-ci comme suit : (article 1, § 1<sup>er</sup>, 1<sup>o</sup>, a) :

*« médicament à usage humain :*

- *toute substance ou composition présentée comme possédant des propriétés curatives ou préventives à l'égard des maladies humaines; ou*
- *toute substance ou composition pouvant être utilisée chez l'homme ou pouvant lui être administrée en vue soit de restaurer, de corriger ou de modifier des*

PAGE 01-00000037466-0012-0028-01-01-4



*fonctions physiologiques en exerçant une action pharmacologique, immunologique ou métabolique, soit d'établir un diagnostic médical ».*

Cette définition est, par exemple, identique à l'article L.5111-1 du Code de la Santé publique français.

• Pour le médicament générique, l'article 6 bis de la même loi précise que : «pour l'application du présent paragraphe, on entend par :

- " médicament de référence à usage humain " : un médicament à usage humain autorisé conformément à l'article 6, § 1er;

- " médicament générique à usage humain " : un médicament à usage humain qui a la même composition qualitative et quantitative en substances actives et la même forme pharmaceutique que le médicament de référence à usage humain et dont la bioéquivalence avec le médicament de référence à usage humain a été démontrée par des études appropriées de biodisponibilité.

*Les différents sels, esters, éthers, isomères, mélanges d'isomères, complexes ou dérivés d'une substance active sont considérés comme une même substance active, à moins qu'ils ne présentent des propriétés sensiblement différentes au regard de la sécurité et/ou de l'efficacité. Dans ce cas, des informations supplémentaires fournissant la preuve de la sécurité et/ou de l'efficacité des différents sels, esters ou dérivés d'une substance active autorisée doivent être données par le demandeur. Les différentes formes pharmaceutiques orales à libération immédiate sont considérées comme une même forme pharmaceutique ».*

16. Le public « pertinent » c'est-à-dire, en l'espèce tout quiconque de normalement attentif et informé, sait que l'expression « générique » est associée au domaine médicamenteux et pharmaceutique.

Son utilisation dans le domaine capillaire dispose donc d'un caractère distinctif.

17. C'est par ailleurs vainement que Codibel et Labo Oily font référence à un extrait du site de la Maison du Coiffeur qui utilise l'expression « produits génériques » qui manifestement sert plus à du marketing publicitaire qu'à recouvrir une réalité scientifique.



Il en est de même de l'affirmation selon laquelle le terme générique pourrait avoir dans un avenir proche l'acceptation qui est la sienne dans le domaine pharmaceutique dès lors qu'il s'agit d'une simple conjecture.

18. La référence de Labo Oily à d'éventuels produits génériques de grandes marques (l'Oréal, Schwarzkopf, Wella...) est irrelevante dès lors qu'il n'est pas question pour les sous marques concernées de mettre en vente des produits dont la molécule visée serait tombée dans le domaine public mais bien plutôt un ersatz, une imitation médiocre.

19. La cour fait donc siennes les considérations du tribunal de grande instance de Paris qui par son jugement du 6 juillet 2009, a considéré que le terme Generik « *n'est pas nécessairement compris comme générique d'autres produits de marque et ne renvoie pas directement à la composition du produit dans l'esprit du consommateur normalement informé et raisonnablement attentif, s'agissant exclusivement de produits cosmétiques dont il n'est pas démontré que la vertu thérapeutique soit vantée par la société [Generik] dans sa communication...Par conséquent, le signe GENERIK pris isolément comme substantif et utilisé exclusivement pour des produits capillaires ne présente pas pour les professionnels de la coiffure et le consommateur final de ces produits de caractère trompeur susceptible de les induire en erreur sur la nature ou la qualité des produits spécifiques vendus sous cette marque* » (TGI Paris, 6 juillet 2009, RG 09/5717).

La demande d'annulation est donc non fondée.

#### **D. Quant à l'usage antérieur de la dénomination « Generic Line » par Labo Oily**

20. Labo Oily et Codibel invoquent que Labo Oily serait titulaire du nom commercial « *Generic Line* », antérieurement à la marque « *Generik* » de telle sorte qu'il serait ainsi fait obstacle à la protection instaurée par cette marque.



21. Le nom commercial d'une entreprise est le signe verbal distinctif d'une entreprise; c'est le nom qu'elle utilise pour travailler. Le droit au nom commercial est un droit de prise de possession, un droit de premier usage, et pas un droit de création. Aucune originalité ni création n'est dès lors requise. Le caractère distinctif est suffisant. Le droit au nom commercial naît lors de la première utilisation publique qui en est fait. Le détenteur du droit de propriété industrielle concernant un nom commercial peut s'opposer à toute atteinte à ce droit par un tiers (Gand 22 février 2010, Annuaire Pratiques du marché 2010, 331).

Une entreprise peut utiliser plusieurs noms commerciaux (en ce compris une traduction en français) pour ses activités, qui bénéficieront tous de la protection en tant que nom commercial à compter du premier usage effectif, permanent et visible pour le public. Afin de bénéficier de cette protection, il n'est pas requis que le nom commercial soit repris dans la Banque Carrefour des Entreprises. L'originalité n'est pas non plus requise. Le caractère banal ou descriptif d'un mot qui est utilisé en tant que nom commercial, ne prive pas l'usager du droit à la protection (Bruxelles n° 2012/AR/336, 12 février 2012, I.R. D.I. 2013, liv. 3, 226).

22. Les pièces produites pour revendiquer cette antériorité sont trois factures pour des étiquettes de produits *Generic Line*.

Ce qui doit identifier et être le signe distinctif de l'entreprise est le signe particulier qu'elle utilise pour travailler.

Or, il n'apparaît pas que Labo Oily utilise cette expression « *Generic Line* » comme signe distinctif de son entreprise et la faire connaître sous cette expression.

Elle utilise uniquement sa dénomination sociale, à ce propos, à savoir « Labo Oily ».

Elle ne dispose donc pas d'une protection attachée à un quelconque nom commercial.



**E. Quant au dépôt de mauvaise foi**

23. Labo Oily invoque aussi que, même si Generic Line n'était pas un nom commercial, il était à tout le moins un signe utilisé antérieurement qui peut bénéficier de la protection des articles 2.4 f CNPI et 52.1 RMC et elle dispose d'un droit d'interdiction de la marque étant donné l'enregistrement de mauvaise foi effectué par Generik.

Elle invoque que la connaissance que pouvait en avoir Generik peut résulter d'une connaissance générale d'une telle utilisation dans le secteur économique concerné, et que tel serait le cas en l'espèce, le marché des cosmétiques et produits de coiffure étant un marché étroit dont les acteurs se connaissent et qu'il en est d'autant plus ainsi qu'elle participait à des foires.

Elle en déduit que le dépôt de Generik de sa marque, tant internationale que communautaire, a donc été effectué de mauvaise foi au sens de l'article 52 RMC.

24. Pour apprécier l'existence ou non de la mauvaise foi, (arrêt Lindt, CJCE, 11 juin 2009, C-529/07 <http://curia.europa.eu>) « au sens de l'article 51, paragraphe 1, sous b), du règlement (CE) n° 40/94 du Conseil, du 20 décembre 1993, sur la marque communautaire, la juridiction nationale est tenue de prendre en considération tous les facteurs pertinents propres au cas d'espèce et existant au moment du dépôt de la demande d'enregistrement d'un signe en tant que marque communautaire, et notamment:

1. le fait que le demandeur sait ou doit savoir qu'un tiers utilise, dans au moins un État membre, un signe identique ou similaire pour un produit identique ou similaire prêtant à confusion avec le signe dont l'enregistrement est demandé;
2. l'intention du demandeur d'empêcher ce tiers de continuer à utiliser un tel signe, ainsi que
3. le degré de protection juridique dont jouissent le signe du tiers et le signe dont l'enregistrement est demandé ».

Aucun de ces éléments n'est démontré par Labo Oily par les pièces de son dossier.

La simple référence de participations à des foires est insuffisante.





Aucun élément apportant cette preuve, pas plus que la présence de produits n'est produite alors qu'il était facile d'y satisfaire par des factures d'entrées du paiement du prix de ces participations et des photographies, par exemple, des stands, etc....

25. Or, Labo Oily produit à son dossier en tout et pour tout :

- des factures relatives à la maquette de l'étiquette « Generic Line », à la photocomposition de celle-ci et à l'impression d'étiquettes de mars 2006,
- une impression de son site web du 25 novembre 2013 et du 29 juillet 2014.

26. Il y a lieu de rappeler que c'est dès le 18 avril 2013 qu'une mise en demeure a été adressée à Codibel, et il peut être supposé que l'information a été transmise à Labo Oily.

27. La seule impression d'étiquettes ne permet pas de conclure à la diffusion notable du produit incriminé.

28. De même, des impressions du site Web, de fin 2013 et 2014, effectuées in *tempore suspecto*, ne sont pas probantes.

29. L'utilisation d'une telle dénomination commerciale n'est donc pas établie alors qu'il était facile à Labo Oily de rapporter la preuve de l'usage éventuellement antérieur de « Generic Line », notamment par des factures adressées à ses clients, *quod non*.

30. Le grief est dès lors non fondé.

#### F. Quant au comportement déloyal de Generik

31. Selon Codibel, le comportement de Generik serait déloyal et de mauvaise foi car cette dernière a revendiqué des mesures de rétorsion à peine deux mois après

PAGE 01-00000037466-0017-0028-01-01-4



l'enregistrement de sa marque et alors que les deux dénominations coexistaient depuis plusieurs années sur le marché des produits capillaires.

Il n'y a rien de déloyal à vouloir faire cesser un comportement qui, s'il était avéré, porterait atteinte aux intérêts légitimes d'une entreprise.

32. Le moyen est non fondé.

**G. Quant à l'atteinte aux marques de Generik**

33. Generik fait valoir que :

*« L'article 9, § 1<sup>er</sup>, b, RMC autorise le titulaire d'une marque à interdire à tout tiers de faire usage, sans son consentement, d'un signe ressemblant à sa marque, pour des produits identiques à ceux pour lesquels sa marque a été enregistrée, lorsqu'il existe dans l'esprit du public un risque de confusion entre le signe litigieux et sa marque. Le risque de confusion comprend le risque d'association.*

*En l'espèce, il existe incontestablement un risque que le public attribue erronément aux produits vendus sous le signe GENERIC LINE la même origine commerciale que ceux vendus sous la marque GENERIK.*

*La marque et le signe sont utilisés pour des produits identiques, à savoir des produits capillaires. Ce facteur est particulièrement important, dès lors que pour l'appréciation du risque de confusion, « il y a une certaine interdépendance entre les facteurs pris en compte, et notamment la similitude des marques et celle des produits couverts. Ainsi, un faible degré de similitude entre les produits couverts peut être compensé par un degré élevé de similitude entre les marques, et inversement » (CJUE, 16 juin 2011, C-317/10P, point 35).*

*Il s'agit de surcroît de produits destinés à un même public et commercialisés par les mêmes canaux de distribution (CJUE, 29 septembre 1998, C-39/97, point 23 ; TUE, 10 septembre 2008, T-48/06, point 38). Il s'agit en effet d'une gamme de produits destinés aux professionnels de la coiffure, dans de grands conditionnements (pièces 1.5 et 2.2).*

*Sur ce point, le jugement querellé a correctement jugé que la marque GENERIK et le signe GENERIC LINE sont utilisés pour des « gammes de produits identiques ».*



*Generik invoque à l'appui de ses demandes la marque verbale GENERIK. La protection offerte par une marque verbale pure couvre le vocable en tant que tel, quelle qu'en soit la mise en forme.*

*Partant, lors de l'examen de la ressemblance entre la marque GENERIK et le signe GENERIC LINE, il y a lieu de faire une comparaison entre la marque verbale telle qu'enregistrée (car c'est l'enregistrement qui confère les droits exclusifs à son titulaire) et le signe attaqué.*

*C'est à tort et en parfaite méconnaissance des principes les plus élémentaires du droit des marques que le premier juge a procédé à la comparaison des bidons et des catalogues en jugeant que « les produits querellés se distinguent nettement tant par leurs logos et couleurs respectifs que leurs formes » ; « les catalogues de DBM et Codibel ne permettent aucune comparaison entre des gammes de produits identiques » (sic, jugement querellé, p. 5). Or, il est acquis que les logos, couleurs et formes des conditionnements sont banals, ne possèdent pas le moindre caractère distinctifs et n'affectent en rien le caractère distinctif de la marque GENERIK ni du signe GENERIC LINE.*

*Il y a lieu de réformer le jugement querellé sur ce point, en constatant qu'il existe un degré élevé de ressemblance visuelle, auditive et conceptuelle entre la marque GENERIK et le signe GENERIC LINE.*

*En effet :*

- *sur le plan visuel, la marque GENERIK est reprise quasi à l'identique dans le signe GENERIC LINE ;*
- *sur les plans auditif et conceptuel, l'élément dominant GENERIC est parfaitement identique à la marque GENERIK. En p. 6 de ses conclusions du 15 mai 2014, Codibel en fait l'aveu en affirmant d'ailleurs qu'il est « impossible d'identifier la différence orthographique lorsque le terme est prononcé ».*

*Le jugement querellé doit donc être réformé en ce qu'il considère que la ressemblance auditive entre la marque GENERIK et le signe GENERIC LINE n'est « pas un facteur suffisamment pertinent », car « l'orthographe » du terme GENERIC est « de nature à être perçue distinctement par le public ».*

*De toute évidence, la différence orthographique entre les deux termes (GENERIK vs. GENERIC) est sans influence sur leur comparaison auditive, dès lors que les lettres K et C se prononcent à l'identique.*

*Le seul élément supplémentaire est le suffixe « LINE ». Or, il est constant que ce suffixe est « usuel » et que le fait de l'accoler à une marque « ne présente aucune caractéristique additionnelle » (CJUE, 19 septembre 2002, C-104/00, Companyline, point 23).*



*C'est particulièrement le cas dans le domaine des cosmétiques. Ainsi, le Tribunal de l'Union européenne a déjà jugé qu'il existait un risque de confusion entre les marques SPA et SPALINE, dès lors que l'élément « line » « ne suffit pas à empêcher l'impression de similitude sur les plans phonétique et visuel qui se dégage de la comparaison des marques en cause » et que, sur le plan conceptuel, « le mot « line » – terme appartenant au vocabulaire de base de la langue anglaise, dont on peut estimer que le public pertinent comprendra sans difficulté la signification – est très fréquemment utilisé dans le domaine des cosmétiques pour désigner une gamme de produits, une « ligne » de produits » (TUE, 25 mars 2009, T-21/07, Spa/Spaline, points 24 et 25).*

34. L'article 9 du Règlement CE 207/2009 dispose au titre des droits conférés par la marque communautaire qu'elle « confère à son titulaire un droit exclusif. Le titulaire est habilité à interdire à tout tiers, en l'absence de son consentement, de faire usage dans la vie des affaires:
- a) d'un signe identique à la marque communautaire pour des produits ou des services identiques à ceux pour lesquels celle-ci est enregistrée;
  - b) d'un signe pour lequel, en raison de son identité ou de sa similitude avec la marque communautaire et en raison de l'identité ou de la similitude des produits ou des services couverts par la marque communautaire et le signe, il existe un risque de confusion dans l'esprit du public; le risque de confusion comprend le risque d'association entre le signe et la marque;
  - c) d'un signe identique ou similaire à la marque communautaire pour des produits ou des services qui ne sont pas similaires à ceux pour lesquels la marque communautaire est enregistrée, lorsque celle-ci jouit d'une renommée dans la Communauté et que l'usage du signe sans juste motif tire indûment profit du caractère distinctif ou de la renommée de la marque communautaire ou leur porte préjudice.

a. Quant à l'usage dans la vie des affaires :

35. La Cour de Justice Benelux a défini l'usage dans la vie des affaires comme l'usage dans le cadre d'une entreprise, d'une profession ou de toute autre activité qui n'est pas exercée dans le domaine privé et dont l'objet est de réaliser un avantage économique (A. Braun, op. cit., p. 280).



Il n'est pas contesté par Codibel et Labo Oily que l'usage qui est fait par elle de la marque « Generic Line » est bien un usage dans la vie des affaires.

b. Quant aux produits pour lesquels la marque est utilisée:

36. Il n'est pas contesté non plus que les produits sur lesquels est apposée cette appellation « Generic Line » sont identiques et/ou similaires à ceux pour lesquels la marque Generik est déposée.

*c. Quant au risque de confusion qui comprend le risque d'association et à la similitude des marques dont question :*

37. Selon la Cour de Justice des Communautés européennes, « l'appréciation du risque de confusion dépend de nombreux facteurs et notamment de la connaissance de la marque sur le marché, de l'association qui peut en être faite avec le signe utilisé ou enregistré, du degré de similitude entre la marque et le signe et entre les produits ou services désignés. Le risque de confusion doit être apprécié globalement en tenant compte de tous les facteurs pertinents du cas d'espèce.

*Cette appréciation globale doit, en ce qui concerne la similitude visuelle, auditive ou conceptuelle des marques en cause, être fondée sur l'impression d'ensemble produite par les marques, en tenant compte, notamment, des éléments distinctifs et dominants de celles-ci. En effet, il ressort du libellé de l'article 4, paragraphe 1, sous b), de la directive, aux termes duquel '... il existe, dans l'esprit du public, un risque de confusion...', que la perception des marques qu'a le consommateur moyen du type de produit ou service en cause joue un rôle déterminant dans l'appréciation globale du risque de confusion. Or, le consommateur moyen perçoit normalement une marque comme un tout et ne se livre pas à un examen de ses différents détails. » (C.J.C.E., C-251/95, 11 novembre 1997, arrêt Sabel, Recueil, 1997, I-6191, §22 à 23).*



Il y a risque de confusion lorsque le public peut croire que les biens et services en question proviennent de la même entreprise ou, le cas échéant, d'entreprises liées économiquement (CJCE, 29 septembre 1998, Canon, C-39/97, Rec. I-5507 ; CJCE, 22 juin 1999, Lloyd, c-342/97, Rec. I-3819).

En outre, le risque de confusion doit être apprécié en tenant compte notamment de la force du caractère distinctif de la marque dont la protection est invoquée. (C.J.C.E., 22 juin 1999, C-342/97, arrêt Lloyd, Recueil, 1999, I-3819, §20 ; C.J.C.E., C-251/95, 11 novembre 1997, arrêt Sabel, Recueil, 1997, I-6191, §24).

L'appréciation globale implique une certaine interdépendance entre les facteurs pris en compte. Un risque de confusion peut, par exemple, être constaté malgré un moindre degré de similitude entre les produits ou services désignés, lorsque la similitude des marques est grande et que le caractère distinctif de la marque antérieure, et en particulier sa renommée, est fort (C.J.C.E., C-251/95, 11 novembre 1997, arrêt Sabel, Recueil, 1997, I-6191, §19 ; C.J.C.E., 22 juin 2000, arrêt Marca Mode/Adidas CV, C-425/98, n°40).

Aux fins de cette appréciation globale, le consommateur moyen de la catégorie de produits concernée est censé être normalement informé et raisonnablement attentif et avisé (voir, en ce sens, arrêt du 16 juillet 1998, Gut Springenheide et Tusky, C-210/96, Rec. p. I-4657, point 31).

A cet égard, il convient de tenir compte de la circonstance que le consommateur moyen n'a que rarement la possibilité de procéder à une comparaison directe des différentes marques mais doit se fier à l'image non parfaite qu'il en a gardée en mémoire. (C.J.C.E., 22 juin 1999, C-342/97, arrêt Lloyd, Recueil, 1999, I-3819, §26).

Dans le même ordre d'idées, plus les produits en cause seront proches, plus vite l'on considérera qu'il existe un risque de confusion dans le public, même si les signes concernés recèlent certaines différences (Th. Van Innis, op. cit., p. 412, n°533).

La perception d'une identité entre le signe et la marque n'étant pas le résultat d'une comparaison directe de toutes les caractéristiques des éléments comparés, des différences insignifiantes entre le signe et la marque peuvent passer inaperçues aux yeux d'un consommateur moyen (C.J.C.E 17 janvier 2002, C-291/00, *LTI Diffusion*, point 53).



La volonté de copier ou l'intention d'égarer l'acheteur sur l'origine du produit est totalement irrelevante.

L'éventuelle bonne foi est sans la moindre pertinence dans le débat, la bonne foi n'étant jamais évasive de la contrefaçon (A. Braun, *Précis des marques*, 3<sup>ème</sup> éd. Larcier, Bruxelles, 1995, p. 360).

Il ne suffit pas pour échapper au grief de contrefaçon de combiner la marque première avec des éléments graphiques ou verbaux. La Cour de Justice Benelux l'a rappelé dans son arrêt *Union* du 20 mai 1983, en précisant toutefois que « *le juge doit écarter la ressemblance s'il estime que par leur combinaison, les signes ne présentent pas une similitude de nature à établir une association avec ladite marque* ». La règle d'appréciation est la suivante : en principe, les adjonctions ne suppriment pas la ressemblance, sauf si la marque seconde forme un tout indivisible dans lequel l'élément emprunté à la marque première a perdu son individualité ; dans ce cas, en effet, cet élément ne possède plus de caractère distinctif propre et la marque seconde ne ressemble plus à la marque première (J.-J. Evrard et Ph. Péters, *La défense de la marque dans le Benelux*, Larcier 1996, p. 123, n° 263).

38. Au niveau auditif et conceptuel, il est impossible pour le consommateur d'établir une distinction entre les deux expressions du vocable « Generik-Generic » dont la seule différence réside dans le « c » ou le « k » qui se prononce de la même manière.
39. La présentation globale visuelle est clairement semblable, la typographie utilisée par l'une et l'autre du vocable « Generik-c » étant proche.
40. De même l'ondulation graphique sous le vocable « Generic » « Generik » accentue cette ressemblance.



Asom



41. En ce qui concerne l'adjonction du nom « line », la cour se réfère par identité de motifs à la décision du tribunal européen du 27 mars 2009, à propos des marques SPA et SPALINE qui avait considéré que *« sur les plans phonétique et visuel, la présence de l'élément « spa » au début de la marque demandée apparaît suffisant, en l'espèce, pour considérer que les marques en cause disposent d'un certain degré de similitude. Quant à l'effet de la présence de l'élément « line » dans la marque demandée, il ne suffit pas à empêcher l'impression de similitude sur les plans phonétique et visuel qui se dégage de la comparaison des marques en cause. À cet égard, il y a lieu de rappeler que le consommateur prête généralement une plus grande attention au début d'une marque qu'à sa fin [arrêt du Tribunal du 7 septembre 2006, Meric/OHMI – Arbora & Ausonia (PAM-PIM'S BABY-PROP), T-133/05, Rec. p. II-2737, point 51].*

*Sur le plan conceptuel, il y a lieu de constater que la présence de l'élément « line » dans la marque demandée, loin de distinguer les marques en cause, tend, au contraire, à les rapprocher conceptuellement. En effet, le mot « line » – terme appartenant au vocabulaire de base de la langue anglaise, dont on peut estimer que le public pertinent comprendra sans difficulté la signification – est très fréquemment utilisé dans le domaine des cosmétiques pour désigner une gamme de produits, une « ligne » de produits».*

L'extension « line » n'est en effet pas de nature à créer, non plus, un distingo entre les produits et les sociétés qui les produisent. Celle-ci donne à penser que le produit auquel est adjoint l'expression « line » est une variante du même produit, une gamme de celui-ci.

42. De l'ensemble de ces éléments, il se déduit clairement qu'il y a un risque de confusion dans l'esprit d'un consommateur moyen attentif et avisé.





43. La demande de Generik est donc fondée en son principe.

**H. Quant aux mesures sollicitées**

44. Generik demande qu'il soit fait interdiction à CODIBEL et LABO OILY de faire usage, dans l'ensemble de l'Union européenne, du signe GENERIC LINE pour des produits et services liés aux soins capillaires et ce, sous peine d'une astreinte de 1.000 EUR par produit vendu, offert à la vente ou affiché sur un catalogue papier ou électronique et par jour de retard à se conformer à cette interdiction.

Elle demande également la publication de l'arrêt à intervenir sur les pages d'accueil des sites [www.codibel.be](http://www.codibel.be) et [www.labooily.be](http://www.labooily.be), pour une durée de 3 mois et ce, sous peine d'une astreinte de 5.000 EUR par jour de retard à dater du dixième jour suivant la signification de l'arrêt à intervenir.

Elle demande enfin qu'il soit ordonné la destruction des étiquettes des produits GENERIC LINE en possession de CODIBEL et/ou LABO OILY ou sous leur contrôle ou, si cela n'est pas possible, de l'emballage entier et ce, sous contrôle d'un huissier et aux frais de la SA CODIBEL et de la SPRL LABO OILY, sous peine d'une astreinte de 5.000 EUR par jour de retard à dater du dixième jour suivant la signification de l'arrêt à intervenir.

Codibel fait valoir qu'elle ne peut être présumée être de mauvaise foi et que vu la rapidité du délai d'action de Generik, il lui a été impossible de prouver sa bonne foi; ce qui est irrelevant ( cf. pt. 34).

Elle estime que le bénéfice que retirerait Generik de ces mesures serait totalement disproportionné car les dénominations litigieuses coexistent depuis de nombreuses années ; ce qui n'est pas établi (cf. n° 22 à 26).

Elle sollicite que les mesures d'astreintes, d'affichage et de destruction ne soient pas prononcées et qu'elle puisse écouler le stock encore existant.

PAGE 01-00000037466-0025-0028-01-01-4



1003

45. Il appartient au juge de prononcer des mesures coercitives qui s'assurent du caractère dissuasif utile des interdictions et condamnations prononcées.

Il convient donc d'assortir l'interdiction de peines d'astreintes.

Au surplus, permettre l'écoulement d'un stock (indéterminé) rendrait la mesure prononcée sans aucun effet pertinent.

Par contre, la publication de l'arrêt sur les sites web de Codibel et Labo Oily, n'ajouterait rien à l'efficacité de la mesure d'interdiction.

Il n'y a donc pas lieu d'y faire droit.

**I. Appel en garantie**

46. Codibel signale, en termes de conclusions, qu'elle se réserve le droit de postuler la condamnation de Labo Oily à la garantir de toutes condamnations prononcées, conformément à la convention de cession de fonds de commerce du 6 mars 2012.

Il lui en est donné acte.

**J. dépens**

47. L'indemnité de procédure revient pour chaque instance à Generik, au montant de 1.320 €.

PAGE 01-00000037466-0026-0028-01-01-4



1004

**Pour ces motifs, la cour,**

**Dit les appels, principal et incident, recevables.**

**Dit l'appel incident non fondé.**

**Dit l'appel principal fondé dans la mesure ci-après.**

**Met à néant la décision entreprise.**

**Statuant à nouveau,**

**Fait interdiction à la SA Codibel et la SPRL Labo Oily, en liquidation, de faire usage, dans l'ensemble de l'Union européenne, du signe GENERIC LINE pour des produits et services liés aux soins capillaires et ce, sous peine d'une astreinte de 1.000 EUR par produit vendu, offert à la vente ou affiché sur un catalogue papier ou électronique et par jour de retard à se conformer à cette interdiction, à dater du troisième jour suivant la signification de l'arrêt ;**

**Ordonne la destruction des étiquettes des produits GENERIC LINE en possession de la SA Codibel et/ou de la SPRL Labo Oily, en liquidation, ou, si cela n'est pas possible, de l'emballage entier et ce, sous contrôle d'un huissier et aux frais de la SA Codibel et de la SPRL Labo Oily, en liquidation, sous peine d'une astreinte de 5.000 EUR par jour de retard à dater du dixième jour suivant la signification de l'arrêt.**

**Donne acte à la SA Codibel du fait qu'elle se réserve le droit de postuler la condamnation de Labo Oily, en liquidation, à la garantir de toutes condamnations prononcées, conformément à la convention de cession de fonds de commerce du 6 mars 2012.**

**Condamne la SA Codibel et la SPRL Labo Oily, en liquidation, à l'indemnité de procédure de 1.320 € par instance et aux frais de citation (264,92 €) et de requête d'appel (210 €).**

Ainsi jugé et prononcé en audience civile publique de la neuvième chambre b de la cour d'appel de Bruxelles, le **10 -10- 2014**

PAGE 01-00000037466-0027-0028-01-01-4



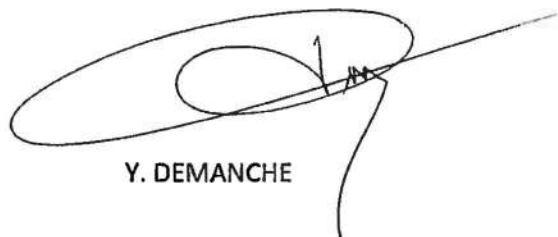
15/05

où étaient présents :

Yves DEMANCHE, Conseiller unique,  
Patricia DELGUSTE, Greffier,



P. DELGUSTE



Y. DEMANCHE



## TRIBUNAL DE COMMERCE DE BRUXELLES

## J U G E M E N T

Chambre des Actions en Cessation - Salle E

A.C. : A/13/05134

## EN CAUSE :

La société de droit français **SARL DBM GENERIK**, dont le siège social est établi en France, à 75008 Paris, rue des Mathurins, 37, inscrite au Registre de la TVA sous le n° FR -45.4538.48558,

Partie demanderesse au principal,  
Partie défenderesse sur reconvention,

Comparaissant par Maîtres **T. de HAAN et P.Y. THOUMSIN**, Avocats, dont le cabinet est établi à 1000 Bruxelles, Chaussée de La Hulpe, 120,

## CONTRE :

1. La SA **LE CONDITIONNEMENT BELGE**, en abrégé **CODIBEL**, dont le siège social est établi à 7180 Seneffe, rue J. Bordet, ZC, inscrite à la BCE sous le n° 0402.133.096,

Défenderesse au principal  
Demanderesse sur reconvention

Comparaissant par Maître P. DELZANDRE loco Maître **Ph. DEHON**, Avocat, dont le cabinet est établi à 1040 Etterbeek, avenue des Gaulois, 33

2. La SPRL **LABO OILY**, dont le siège social est établi à 1190 Forest, rue des Primeurs, 69, inscrite à la BCE sous le n° 0425.627.882,

Défenderesse au principal,

Comparaissant par Maître C. WILLEGEMS loco Maître **J. WOUTERS**, dont le cabinet est établi à 1700 Dilbeek, Kaudenaardestraat, 13,

Vu les pièces de la procédures et en particulier :

- La citation introductive d'instance du 26 juin 2013,
- Les conclusions et les dossiers déposés par les avocats des parties,

Entendu ceux-ci en leurs dires et moyens à l'audience publique extraordinaire du mardi 17 décembre 2013 à laquelle la cause a été prise en délibéré ;

Vu les dispositions de la loi du 15 juin 1935 sur l'emploi des langues en matière judiciaire ;

## 1. OBJET DE LA DEMANDE

- 1.1. La demande de la SARL DBM GENERIK, demanderesse au principal, défenderesse sur reconvention, tend à entendre:

Déclarer les demandes de DBM GENERIK recevables et fondées et par conséquent :

- Faire interdiction à la SA CODIBEL et la SPRL LABO OILY de faire usage, dans l'ensemble de l'Union européenne, du signe GENERIC LINE pour des produits et services liés aux soins capillaires et ce, sous peine d'une astreinte de 1.000 € par produit vendu, offert à la vente ou affiché sur un catalogue papier ou électronique et par jour de retard à se conformer à cette interdiction ;
- Ordonner la publication du jugement à intervenir sur les pages d'accueil des sites [www.codibel.be](http://www.codibel.be) et [www.labooily.be](http://www.labooily.be) pour une durée de trois mois et ce, sous peine d'une astreinte de 5.000 € par jour de retard à dater du dixième jour suivant la signification du jugement à intervenir ;
- Ordonner la destruction des étiquettes des produits GENERIC LINE en possession de la SA CODIBEL et/ou de la SPRL LABO OILY ou sous leur contrôle ou, si cela n'est pas possible, de l'emballage entier et ce, sous contrôle d'un huissier et aux frais de la SA CODIBEL et de la SPRL LABO OILY, sous peine d'une astreinte de 5.000 € par jour de retard à dater du dixième jour suivant la signification du jugement à intervenir ;

Déclarer la demande reconventionnelle de CODIBEL non fondée ;

Condamner la SA CODIBEL et la SPRL LABO OILY aux entiers frais et dépens de l'instance, en ce compris l'indemnité de procédure liquidée à 1.320 €.

1.2. La SA CODIBEL, partie défenderesse au principal, demanderesse sur reconvention, conclut comme suit :

A titre principal :

Déclarer l'action recevable mais non fondée ;

Déclarer nul l'enregistrement de la marque "GENERIK" en ce qui concerne la Communauté Européenne ;

Condamner la partie demanderesse aux dépens de l'instance en ce compris l'indemnité de procédure de CODIBEL, fixée à 1.320€.

A titre subsidiaire :

Déclarer l'action recevable et fondée uniquement en ce qu'elle vise à interdire à la SA CODIBEL et à la SPRL LABO OILY de faire usage, dans l'ensemble de l'Union Européenne, du signe GENERIC LINE pour des produits et services liés aux soins capillaires ;

Déclarer les mesures d'astreinte, d'affichage et de destruction non fondées.

**1.3. La SPRL LABO OILY, partie défenderesse au principal conclut comme suit :**

Entendre déclarer la demande de la demanderesse non fondée ;

Prendre acte de la réserve de la concluante de développer ses moyens dans le cadre de l'éventuelle demande en garantie ;

Entendre condamner la demanderesse au paiement des dépens, en ce compris l'indemnité de procédure évaluée à la somme de 2.000 €.

**2. FAITS ET PARTIES**

DBM est une entreprise qui produit et commercialise des produits capillaires sous la marque GENERIK.

Cette marque est enregistrée en tant que marque internationale n° 895029 et marque communautaire n° 9435512.

CODIBEL est une entreprise qui exerce son activité dans le même secteur de production et commercialisation de produits capillaires. Ses produits capillaires portent la dénomination GENERIC LINE.

DBM et CODIBEL ont jadis collaboré : à la fin de l'année 2007, DBM a en effet fait appel à CODIBEL pour la fabrication d'une crème capillaire.

Les produits GENERIC LINE sont développés par LABO OILY, ceci ressort du catalogue GENERIC LINE.

DBM considère qu'il existe un risque de confusion entre sa marque GENERIK et la dénomination GENERIC LINE et ce, dans la mesure où il s'agit de produits ayant la même finalité.



Le 18 décembre 2013, DBM a adressé une mise en demeure à CODIBEL afin d'obtenir la cessation du signe GENERIC LINE.

DBM a répondu par la négative à ce courrier, en arguant que l'utilisation de la dénomination GENERIC LINE était antérieure à l'enregistrement de la marque GENERIK.

### **3. DISCUSSION**

#### **3.1. Atteinte aux marques GENERIK**

DBM se prévaut de l'article 9, §1 b du Règlement CE n°207/2009 pour faire interdire à un tiers tout usage d'un signe ressemblant à sa marque, pour des produits identiques à ceux pour lesquels sa marque est enregistrée.

A ce titre, DBM doit démontrer qu'il y a ressemblance et risque de confusion dans l'esprit du public entre ses produits et les produits querellés.

En l'espèce, c'est à tort que DBM allègue que la marque GENERIK et la dénomination GENERIC LINE présente un haut degré de ressemblance sur le plan visuel, auditif et conceptuel.

En effet, dans la totalité des produits offerts sous la dénomination GENERIC LINE, rien ne permet de considérer qu'il existe une ressemblance et un risque de confusion dès lors que les produits querellés se distinguent nettement tant par leurs logos et couleurs respectifs que leurs formes.

En attestent les catalogues de DBM et CODIBEL qui manifestement ne permettent aucune comparaison entre des gammes de produits identiques.

A ce titre, l'appréciation de l'éventuelle similitude auditive des termes GENERIK et GENERIC (LINE) n'est pas un facteur suffisamment pertinent à créer un risque d'association entre les produits susmentionnés et cela, d'autant moins que le terme litigieux en tant que tel n'est pas descriptif des objets à comparer et qu'en outre, l'orthographe de ce terme et l'adjonction du mot LINE sont de nature à être perçus distinctement par le public.

3.2. Demande reconventionnelle : demande de nullité de la  
marque GENERIK

Il résulte de ce qui précède que les produits couverts par la  
marque GENERIK et les produits portant la dénomination GENERIC  
LINE présentent un caractère distinctif basé, entre autres,  
sur leur appellation.

Outre la qualité distinctive de la marque GENERIK découlant en  
tant que telle de son enregistrement, le motif principal  
invoqué par CODIBEL pour fonder sa demande reste dès lors sans  
pertinence : le fait que le terme "générique" constitue un  
adjectif usuel en raison de son utilisation sur un autre  
marché (en l'occurrence des médicaments) ne peut être retenu  
en l'espèce et ce dans la mesure où il n'est pas établi qu'il  
existerait, en matière de produits capillaires, un marché de  
produits génériques.

4. DEPENS

LABY OIL fixe les dépens à 2.000 €

Cette fixation ne se justifie pas dès lors qu'elle ne repose  
sur aucun élément de nature à établir la complexité des  
devoirs ni de l'affaire en tant que telle.

**PAR CES MOTIFS,**

Nous, **Michèle LAURENT**, Vice-Président du Tribunal de Commerce  
de Bruxelles, siégeant à l'audience publique des Actions en  
Cessation - Salle E, Boulevard de Waterloo, 70 à 1000  
Bruxelles, en remplacement du Président légalement empêché,  
assistée de **Béatrice HERBECQ**, Greffier,

Statuant contradictoirement,

Disons les demandes principale et reconventionnelle recevables  
mais non fondées ;

Condamnons la demanderesse DBM aux dépens, liquidés dans son chef à la somme de 1.320 € (indemnité de procédure) + 264,92 € (frais de citation), et dans le chef de la défenderesse LABO OILY, à la somme de 1.320 € (indemnité de procédure).

Condamnons la défenderesse CODIBEL à ses propres dépens.

Ainsi jugé et prononcé à l'audience publique des actions en cessations du **10 FEV. 2014**



**B. HERBECQ**



**M. LAURENT**