

# **GE\_GERICHTE ACJC/243/2019 vom 5. Februar 2019**

GE Cour de justice, 2019-02-05, FR

Quelle: [https://mcp.opencaselaw.ch/entscheid/ge\\_gerichte\\_ACJC\\_243\\_2019](https://mcp.opencaselaw.ch/entscheid/ge_gerichte_ACJC_243_2019)

FR: GE\_GERICHTE ACJC/243/2019 du 5 février 2019

IT: GE\_GERICHTE ACJC/243/2019 del 5 febbraio 2019

## **Erwägungen**

### **E. 1**

Vu le siège genevois des parties, les tribunaux genevois sont compétents à raison du lieu pour connaître de la demande (art. 10 al. 1 let. b CPC). La Cour de justice est compétente à raison de la matière pour connaître, en qualité d'instance cantonale unique, des litiges relevant de la LPM, sans égard à la valeur litigieuse, et de la LCD lorsque la valeur litigieuse dépasse 30'000 fr., ce qui est le cas en l'espèce, selon les indications de la demanderesse, non contestées par la défenderesse (art. 5 al. 1 let. a et d CPC; art. 120 al. 1 let. a LOJ). La Cour est également compétente pour connaître des prétentions fondées sur le droit au nom puisque, si le litige porte sur une seule prétention ayant plusieurs fondements, dont l'un au moins relève de l'instance cantonale unique, cette dernière peut être saisie pour l'intégralité de la prétention (HALDY, Code de procédure civile commenté, 2011, n. 5 ad art. 5 CPC). Il n'est par ailleurs pas contesté que la demande respecte les exigences de forme prévues aux art. 130 ss et 221 ss CPC. Celle-ci est donc recevable à la forme.

### **E. 2**

2.1.1 Une marque est un signe propre à distinguer les produits ou les services d'une entreprise de ceux d'autres entreprises (art. 1 al. 1 LPM). Selon l'art. 13 al. 1 LPM, le droit à la marque confère au titulaire le droit exclusif de faire usage de la marque pour distinguer les produits ou les services enregistrés et d'en disposer. A teneur de l'art. 13 al. 2 LPM, le titulaire peut interdire à des tiers l'usage de signes dont la protection est exclue en vertu de l'art. 3 al. 1 LPM. Il peut en particulier interdire à des tiers d'utiliser le signe concerné pour offrir ou fournir des services (let. c) ou de l'apposer sur des papiers d'affaires, de l'utiliser à des fins publicitaires ou d'en faire usage de quelque autre manière dans les affaires (let. e). Ces dispositions doivent être mises en rapport avec l'art. 3 LPM, qui définit l'étendue de la protection conférée par les droits exclusifs appartenant au titulaire de la marque (GILLIERON, Commentaire romand, Propriété intellectuelle, 2013, n. 7 ad art. 13 LPM).

- 5/11 -

C/20173/2018 L'art. 3 al. 1 let. a LPM prévoit que les signes identiques à une marque antérieure et destinés à des produits ou services identiques sont exclus de la protection du droit des marques. En vertu de l'art. 3 al. 1 let. b et c LPM, sont exclus de la protection les signes identiques ou similaires à une marque antérieure et destinés à des produits ou services similaires, lorsqu'il en résulte un risque de confusion. La loi instaure ainsi un motif d'exclusion indépendant d'un risque de confusion en cas de double identité des signes et des produits ou services. En l'absence d'une telle double identité, la protection n'est accordée à la marque antérieure que s'il existe un risque de confusion (SCHLOSSER/MARADAN, Commentaire romand, Propriété intellectuelle, 2013, n. 4 ad art. 3 LPM). 2.1.2 Selon l'art. 956 al. 1 CO, dès que la raison de commerce a été inscrite au Registre du commerce, l'ayant

droit en a l'usage exclusif. Celui qui subit un préjudice du fait de l'usage indu d'une raison de commerce peut demander au juge d'y mettre fin (art. 956 al. 2 CO). La raison de commerce d'une société commerciale doit se distinguer nettement de toute autre raison de commerce d'une société commerciale déjà inscrite en Suisse (art. 951 CO). Sont ainsi prohibés non seulement l'usage d'une raison de commerce identique à celle dont le titulaire a le droit exclusif, mais aussi celui d'une raison semblable, qui ne se différencie pas suffisamment de celle inscrite au point de créer un risque de confusion.

2.1.3 Selon l'art. 3 al. 1 let. d LCD, agit de façon déloyale celui qui, notamment, prend des mesures qui sont de nature à faire naître une confusion avec les prestations ou les affaires d'autrui.

2.1.4 D'après la jurisprudence, la notion de risque de confusion est identique dans l'ensemble du droit des biens immatériels. Le risque de confusion (directe) signifie qu'un signe distinctif, à considérer le domaine de protection que lui confère le droit des raisons de commerce, le droit au nom, le droit des marques ou le droit de la concurrence, est mis en danger par des signes identiques ou semblables dans sa fonction d'individualisation de personnes ou d'objets déterminés (ATF 131 III 572 consid. 3). On admettra aussi le risque de confusion (indirecte) lorsque le public arrive à distinguer les signes, mais présume de relations en réalité inexistantes, par exemple en y voyant des familles de marques qui caractérisent différentes lignes de produits de la même entreprise ou des produits d'entreprises liées entre elles (ATF 131 III 572 consid. 3; 128 III 96 consid. 2a; 127 III 160 consid. 2). Il y a lieu d'admettre un risque de confusion lorsque le signe le plus récent atteint la marque la plus ancienne dans sa fonction distinctive. La simple possibilité éloignée d'une attribution erronée ne suffit pas; il faut bien plutôt qu'il soit

- 6/11 -

C/20173/2018 probable que le consommateur moyen confonde les marques. L'admission d'un risque de confusion ne suppose pas la survenance de cas concrets de confusion. En effet, un risque suffit, de sorte que le demandeur n'a pas à prouver qu'il se soit effectivement réalisé. A l'inverse, la preuve de cas concrets de confusion n'empêche pas nécessairement l'admission d'un risque de confusion au sens de la LPM. De fait, lorsque la concordance entre les signes réside dans des éléments descriptifs, il est inévitable que des cas de confusion surviennent. Celui qui choisit une marque comportant un mot générique prend le risque d'une possibilité de confusion avec des marques postérieures et ne peut s'en prendre qu'à lui-même lorsque cette possibilité se concrétise. L'existence de cas concrets de confusion peut tout au plus constituer un indice d'un risque de confusion, tout comme l'absence de cas de confusion pendant une période prolongée peut, selon les circonstances, s'interpréter comme une indication du défaut de risque de confusion (SCHLOSSER/MARADAN, op. cit., n. 5 et 6 ad art. 3 LPM). L'analyse du risque de confusion implique que l'on examine l'impression d'ensemble qui se dégage de la marque pour l'usager moyen, en Suisse, du produit ou du service (ATF 122 III 382 consid. 2a et 5a). Il convient surtout de prendre en compte les éléments frappants que leur signification ou leur sonorité met particulièrement en évidence, si bien qu'ils ont une importance accrue pour l'appréciation du risque de confusion. Cela vaut en particulier pour les désignations de pure fantaisie; à l'inverse, des éléments génériques appartenant au domaine public n'ont qu'une faible force distinctive (ATF 131 III 572 consid. 3; 127 III 160 consid. 2b/bb; 122 III 369 consid. 1). Le critère de l'impression d'ensemble implique qu'il n'est en particulier pas admissible de disséquer les signes en présence en plusieurs éléments, à la manière d'une mosaïque pour les comparer (SCHLOSSER/MARADAN, op. cit., n. 31 ad art. 3 LPM).

Selon le principe de spécialité, une marque est protégée seulement en relation avec des produits ou services similaires à ceux pour lesquels elle est enregistrée. Les services sont considérés comme similaires si le public concerné peut être amené à considérer qu'ils proviennent de la même entreprise ou d'entreprises liées entre elles. Le fait que les clients soient différents est un indice de l'absence de similitude des services concernés. Les cercles de consommateurs déterminants sont les destinataires immédiats des services (SCHLOSSER/MARADAN, op. cit, n. 126 ad art. 3 LPM). Plus les services offerts sont proches, plus le signe postérieur doit se différencier du signe antérieur pour écarter le risque de confusion. Il convient d'être particulièrement sévère lorsque les deux marques sont destinées à des produits identiques ou quasi identiques. Les marques doivent alors présenter des différences nettes. Toutefois, même en présence de services identiques, la

- 7/11 -

C/20173/2018 possibilité éloignée d'une confusion ne suffit pas pour admettre un risque de confusion; il faut au contraire qu'il soit probable que le public soit en proie à des confusions (SCHLOSSER/MARADAN, op. cit., n. 23 et 24 ad art. 3 LPM). Les services financiers sont un domaine dans lequel on peut s'attendre à un degré d'attention accru de la part du consommateur, de sorte que le risque de confusion doit être admis moins facilement que pour les produits d'usage quotidien (SCHLOSSER/MARADAN, op. cit, n. 35 et 39 ad art. 3 LPM). La sphère de protection d'une marque dépend de sa force distinctive, laquelle est plus restreinte pour les marques faibles que pour les marques fortes. En présence d'une marque faible des différences modestes peuvent dès lors suffire à écarter le risque de confusion. Les marques fortes méritent une protection plus étendue en raison de la prestation créatrice qui est à leur origine ou du long travail pour les faire connaître. A l'inverse, celui qui choisit une marque comportant un mot générique prend le risque d'une possibilité de confusion avec des marques ou raisons sociales postérieures. Doivent être considérées comme faibles les marques dont les éléments essentiels dérivent de notions descriptives ou se rapprochent étroitement de notions du langage commun; sont fortes, à l'inverse, les marques qui présentent un degré élevé de fantaisie ou qui sont connues (SCHLOSSER/MARADAN, op. cit, n. 42 et 43, ad art. 3 LPM). La concordance d'éléments appartenant au domaine public ne provoque pas de risque de confusion (SCHLOSSER/MARADAN, op. cit, n. 58, ad art. 3 LPM). S'agissant de marques verbales, le risque de confusion peut résulter de l'effet auditif, de l'impression visuelle ou de la signification. Il suffit que le risque de confusion soit donné selon l'un de ces critères (SCHLOSSER/MARADAN, op. cit, n. 75, ad art. 3 LPM).

## **E. 2.2**

En l'espèce, la demanderesse fait valoir qu'il existe un risque de confusion entre sa marque "A\_\_\_\_\_ SA" et la raison sociale "B\_\_\_\_\_ SARL". Les deux sociétés étaient actives dans les services immobiliers. Sur le plan visuel, les deux mots étaient quasi identiques, la lettre "y" n'ayant que peu d'influence sur la prononciation et l'adjonction du mot "\_\_\_\_\_" n'étant pas suffisante pour modifier cette impression d'ensemble. Les désignations étaient en outre quasi-identiques sur le plan auditif et au niveau du sens puisqu'elles faisaient toutes deux référence à des \_\_\_\_\_ [lieux]. Il convient de relever en premier lieu que la marque de la demanderesse, liée, selon ses indications, à \_\_\_\_\_ et au \_\_\_\_\_ doit être qualifiée de faible à moyenne puisqu'elle se compose de notions descriptives. Sa protection est dès lors moins étendue et des différences modestes peuvent, selon la jurisprudence, suffire à écarter un risque de confusion. A cela s'ajoute que les rivières \_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_ et \_\_\_\_\_ sont des

éléments appartenant au domaine public. Or, selon la

- 8/11 -

C/20173/2018 jurisprudence, la concordance de tels éléments ne provoque pas de risque de confusion. En outre, s'il est vrai que les deux parties comprennent dans leur but social les services immobiliers, catégorie pour laquelle la marque de la défenderesse a été enregistrée, leurs clients sont différents, ce qui constitue un indice de l'absence de similitude des services concernés. En effet, la demanderesse offre ses services à toute personne intéressée, notamment aux investisseurs, alors que la défenderesse n'offre des services qu'aux membres de la famille C \_\_\_\_\_ puisque, selon ses allégations non contestées, elle se limite à gérer le patrimoine de ladite famille, étant précisé qu'il n'est pas allégué qu'elle serait susceptible d'étendre ses activités. Contrairement à ce que soutient la demanderesse, les parties ne se trouvent ainsi pas dans un rapport de concurrence. Sur le plan auditif, il est exact que, comme le soutient la demanderesse, les mots "A \_\_\_\_\_" et "B \_\_\_\_\_" pourraient se prononcer de manière similaire, suivant la manière dont le " \_\_\_\_\_ [lettre]" de A \_\_\_\_\_ est accentué. L'examen du risque de confusion ne doit cependant pas se limiter à une seule partie des dénominations concernées puisqu'il convient de se fonder sur l'impression d'ensemble. Or, à cet égard, les deux désignations se distinguent nettement puisque la seconde comprend le mot "E \_\_\_\_\_" accolé avec un trait d'union. L'on ne saurait considérer comme le soutient la demanderesse qu'il devrait être fait abstraction de la dénomination "E \_\_\_\_\_" au motif que le public tendrait à abréger les dénominations plus longue. Cela est particulièrement vrai dans un domaine comme les services immobiliers du type de ceux offerts par la demanderesse. En effet, ces services comportent des aspects rejoignant les services de nature financière, pour lesquels, selon la jurisprudence, on peut attendre du public un degré d'attention accru. Sur le plan visuel, les dénominations des parties se distinguent clairement, ce d'autant plus que la marque enregistrée par la demanderesse et figurant au Registre du commerce s'écrit en minuscules, alors que la raison sociale de la défenderesse est entièrement en majuscule, selon son inscription au Registre du commerce. Cet élément est encore plus net si l'on examine le logo utilisé par la demanderesse sur son site internet et son papier à en-tête, à savoir " \_\_\_\_\_", étant précisé que le " \_\_\_\_\_ [lettre]" est de couleur rouge. Cette désignation se distingue en effet suffisamment de l'indication B \_\_\_\_\_ SÀRL figurant sur le papier à lettre de la défenderesse.

- 9/11 -

C/20173/2018 En ce qui concerne le sens des dénominations, le fait qu'elles fassent toutes deux référence à des \_\_\_\_\_ [lieux] n'est pas déterminant, s'agissant d'éléments appartenant au domaine public. Compte tenu de ce qui précède, il n'est pas probable que le public moyen confonde la désignation de la défenderesse avec la marque de la demanderesse, que ce soit au sens d'un risque de confusion direct ou indirect. Concernant ce dernier aspect, les dénominations se distinguent suffisamment dans leur ensemble pour qu'il puisse être retenu comme non probable que les clients des parties au litige présument que celles-ci sont liées entre elles pour la fourniture de services dans le domaine de l'immobilier. Cela est d'autant plus vrai que le cercle des clients de la défenderesse est restreint, puisqu'il s'agit d'une seule famille. Les exemples de cas de "confusion" cités par la demanderesse ne sont quant à eux pas concluants. Le fait qu'un ami de l'administrateur de la demanderesse ait relevé une possible confusion entre les deux dénominations n'est pas décisif puisqu'en tant que personne proche de la demanderesse, son opinion ne reflète pas celle du consommateur

moyen. Le fait que, dans un courriel, un de ses partenaires commerciaux ait écrit le nom de la demanderesse avec un " \_\_\_\_\_ [lettre]" n'implique pas non plus que la personne concernée ait opéré une confusion entre les deux sociétés parties au litige. Il peut en particulier s'agir là d'une simple faute d'orthographe et aucune explication étayée d'éléments concrets n'a été fournie par la demanderesse sur cet incident. Il convient par conséquent de retenir qu'il n'existe pas de risque de confusion entre les raisons sociales des parties, que ce soit au sens de la LPM, de la LCD ou de l'art. 956 CO, étant rappelé que la notion de risque de confusion est la même dans ces trois domaines. La demanderesse doit par conséquent être déboutée de ses conclusions.

### **E. 3**

La demanderesse, qui succombe, sera condamnée aux frais de la procédure (art. 106 al. 1 CPC).

Les frais judiciaires seront arrêtés à 3'000 fr. et compensés avec l'avance versée, acquise à l'Etat de Genève (art. 18 RTFMC et 111 CPC).

Au regard de la valeur litigieuse de 50'000 fr., la demanderesse sera en outre condamnée à verser 7'000 fr. à titre de dépens à la défenderesse, débours et TVA inclus (art. 84 et 85 RTFMC).

- 10/11 -

C/20173/2018 \* \* \* \* \*

- 11/11 -

C/20173/2018 PAR CES MOTIFS, La Chambre civile : Statuant en instance unique

Export aus OpenCaseLaw (CC0). Verbindlich ist allein der vom erlassenden Gericht veröffentlichte Originaltext. Quellen-URL siehe oben.