

VD_FINDINFO 77/2012/PBH vom 7. Juni 2012

VD Tribunal cantonal, 2012-06-07, FR

Quelle: https://mcp.opencaselaw.ch/entscheid/vd_findinfo_77_2012_PBH

FR: VD_FINDINFO 77/2012/PBH du 7 juin 2012

IT: VD_FINDINFO 77/2012/PBH del 7 giugno 2012

Regeste

MARQUE QUI S'EST IMPOSÉE AU PUBLIC, MARQUE DE FORME, RISQUE DE CONFUSION, CONCURRENCE DÉLOYALE, PROTECTION DES MARQUES | 3 al. 1 let. d LCD, 2 let. b LPM, 3 al. 2 let. c LPM, 261 CPC (CH)

Erwägungen

E. 3

à 8, une liste exemplative de cas de concurrence déloyale. Il n'est plus nécessaire de faire appel à la clause générale de l'art. 2 LCD si le comportement reproché tombe sous le coup de l'une des dispositions spéciales précitées, pour autant qu'il ait une influence réelle sur la concurrence (ATF 132 III 414 c. 3.1, rés. in JT 2006 I 359). Pour que l'on soit en présence d'une violation des règles relatives à la concurrence déloyale, il faut que le concurrent utilise une prestation d'autrui d'une manière qui ne soit pas conciliable avec les règles de la bonne foi. Il faut qu'à l'imitation s'ajoutent encore d'autres circonstances faisant apparaître le comportement de l'imitateur comme étant déloyal. Il ne suffit pas que les marchandises puissent être confondues ensuite de l'imitation. La liberté de copie ne justifie en revanche pas que le consommateur soit induit en erreur de manière évitable sur la provenance de la marchandise ou que l'imitateur exploite de façon parasitaire la bonne réputation du produit du concurrent (ATF 116 II 471 c. 3, JT 1991 I 594). Peu importe le but poursuivi par le défendeur lorsqu'il a choisi la marque ou sa raison sociale : la concurrence déloyale ne suppose ni mauvaise foi ni faute, mais simplement un acte objectivement contraire aux règles de la bonne foi en affaires (ATF 109 II 483 c. 5, JT 1984 I 295). Selon l'art. 3 let. d LCD, agit de façon déloyale celui qui prend des mesures qui sont de nature à faire naître une confusion avec les marchandises, les œuvres, les prestations ou les affaires d'autrui. La LCD ne s'oppose à la reprise de prestations d'autrui ou à leur copie qu'en présence de circonstances particulières conduisant à admettre un comportement déloyal. Tel est notamment le cas lorsque l'imitateur a recouru à un comportement incorrect ou astucieux pour parvenir à ses fins, lorsqu'il cherche de façon systématique ou raffinée à tirer profit de la bonne réputation d'un concurrent ou exploite cette renommée de façon parasitaire, lorsqu'il imite la forme d'une marchandise dépourvue de force distinctive alors qu'il aurait pu lui donner une autre forme sans modification de la construction technique et sans que cela ne porte atteinte à la destination du produit (sic! 2009 p. 431 c. IV/d; ATF 131 III 384 c. 5.1, JT 2005 I 434). Dans la mesure où aucune prétention du droit des brevets, du droit d'auteur ou du droit des modèles ne s'y oppose, l'imitation des produits d'un tiers est en principe admise (ATF 131 III 384 c. 5.1, JT 2005 I 434; ATF 116 II 471 c. 3a/aa, JT 1991 I 594). Le principe de la liberté de copie ne justifie cependant pas que le consommateur soit induit en erreur de manière évitable sur la provenance d'une marchandise ou que l'imitateur exploite de façon parasitaire la bonne renommée d'autrui; l'imitateur doit prendre, dans les

limites raisonnables, les mesures propres à écarter ou à diminuer le risque de confusion du public sur la provenance des produits (ATF 116 II 471 c. 3, JT 1991 I 594). Le risque de confusion consiste dans le fait que la marchandise d'un concurrent peut être tenue pour le produit d'une autre entreprise déjà existant sur le marché, à cause de son apparence extérieure. Il n'est pas nécessaire que la confusion soit relative aux marchandises; il suffit qu'elle ait pour objet l'entreprise en tant que telle. Peut donc être constitutif de concurrence déloyale le fait de susciter un risque de confusion, même indirect, par lequel le public aurait l'impression que les marchandises dont les signes distinctifs ou la présentation prêtent à confusion proviennent d'entreprises étroitement liées entre elles. La création d'un danger de confusion n'est cependant pertinente en matière de concurrence déloyale que si la forme contrefaite possède une certaine force distinctive, par laquelle elle est comprise comme une indication de provenance par le public, que ce soit par son originalité ou son utilisation (ATF 135 III 446 c. 6.1 et 6.2, JT 2010 I 665; ATF 116 II 365 c. 3a, JT 1991 I 613) Plus les produits sont proches, plus le risque de confusion s'accroît et plus la marque postérieure devra se distinguer de la marque antérieure pour bannir le risque. Un critère spécialement rigoureux sera appliqué lorsque les deux sortes de produits sont identiques. Pour les articles de masse d'usage quotidien, il faut compter avec une attention et un pouvoir de discernement des consommateurs plus réduits que pour les produits spécialisés, dont les acheteurs se recrutent dans un cercle plus ou moins fermé de professionnels (ATF 135 III 446 c. 6.2, JT 2010 I 665; ATF 122 III 382 c. 3a, JT 1997 I 231). Le danger de confusion entre des produits semblables s'évalue sur la base de la présentation concrète des marchandises en fonction de l'ensemble des circonstances qui constituent l'empreinte individuelle des produits en cause pour l'attention portée par un acheteur moyen. L'impression que produit la forme dans son apparence globale pour la clientèle est déterminante. Il n'est ainsi pas admissible de fractionner les signes et éléments et de les analyser isolément (ATF 135 III 446 précité c. 6.2, JT 2010 I 665). Dans un arrêt du 26 mai 2009 (ATF 135 III 446 précité c. 7.1, JT 2010 I 665), le Tribunal fédéral a jugé que les comportements par lesquels un concurrent se rapproche sans nécessité de la prestation d'autrui ou en exploite la renommée sont déloyaux indépendamment du risque éventuel de confusion. Il suffit pour ce faire qu'un signe similaire à celui d'autrui se trouve utilisé d'une manière telle que ceci ne puisse être compris autrement que comme une concurrence parasitaire et qu'il suscite auprès du public une association d'idées avec la marque ou le produit d'autrui. Il en va également ainsi, selon la jurisprudence, lorsque le rapprochement avec une marque antérieure constitue sans aucune ambiguïté un message dont la signification sera "produit de remplacement pour..." ou "aussi bon que..." (voir aussi ATF 126 III 315 c. 6b/aa sous l'angle de l'art. 3 let. d LCD et sic! 2007 p. 374 c. 3.1; Marbach, Markenrecht, op. cit., n° 971). Un comportement analogue peut tomber sous le coup de l'art. 3 let. e LCD proscrivant le comportement de celui qui compare, de façon inexacte, fallacieuse, inutilement blessante ou parasitaire sa personne, ses marchandises, ses œuvres, ses prestations et ses prix avec celles ou ceux d'un concurrent ou qui, par de telles comparaisons, avantage des tiers par rapport à leurs concurrents (ATF 135 III 446 c. 7.1, JT 2010 I 665; sic! 2008 p. 461). Cette comparaison peut également intervenir au moyen de méthodes publicitaires et de marketing qui se rapprochent de l'emballage des produits du concurrent; elle n'a pas besoin d'être explicite (ibid.; TF 4A_103/2008 c. 6 du

E. 7

juillet 2008). b) En l'espèce, comme cela a déjà été relevé, les requérantes n'ont pas produit à l'appui de leur requête un sondage d'opinion tendant à démontrer que la majorité du public

attribue les capsules litigieuses par erreur aux capsules F._____. Il faut donc se livrer à un examen fondé sur la vraisemblance du risque de confusion prétendument créé par la commercialisation des capsules litigieuses. Il est constant que les capsules F._____ et les capsules M._____ visent le marché des capsules de café et, par conséquent, les consommateurs de café en dosettes. Le cercle des consommateurs potentiels est dès lors le même. Cela ne suffit cependant pas à rendre vraisemblable que le consommateur serait induit en erreur uniquement parce que d'autres capsules de café sont en vente dans le commerce. A ce jour, les requérantes allèguent d'ailleurs elles-mêmes que d'autres capsules de café compatibles avec leurs machines à café sont en vente et que, en outre, les emballages de celles-ci mentionnent qu'elles fonctionnent avec le système des machines à café F._____. Force est dès lors de constater que la simple similitude du cercle de consommateurs visé n'est pas un critère pertinent. Le danger de confusion entre ces capsules s'évalue notamment sur la base de la présentation concrète des marchandises en fonction de l'ensemble des circonstances qui constituent l'empreinte individuelle de ces capsules pour l'attention portée par un acheteur de café moyen. L'impression que produit la forme dans son apparence globale pour la clientèle étant déterminante, il ne faut ainsi pas fractionner les signes et éléments et les analyser isolément. Or, ce que l'acheteur moyen de capsules de café voit, sur les étalages d'un commerce ou sur une publicité, c'est l'emballage du produit. On l'a vu, l'emballage des capsules litigieuses se distingue fondamentalement de celui des capsules F._____. En outre, figure sur la face antérieure de ces emballages une image de la capsule litigieuse transparente couchée sur le côté avec, en lumière, le couvercle en plastique à la base de celle-ci, recouvert de neuf picots et d'autant de renforcements. Au premier coup d'œil, il n'apparaît pas que le consommateur moyen puisse confondre ces capsules avec celles de F._____, qui sont lisses, brillantes, colorées et en aluminium. Pourrait être considéré comme un comportement déloyal le fait pour les intimées de se rapprocher sans nécessité du produit des requérantes ou d'exploiter leur renommée, et ce indépendamment du risque éventuel de confusion, dont on a vu qu'il n'apparaissait pas vraisemblable in casu . Il suffit pour ce faire qu'un signe similaire à celui que les requérantes utilisent soit utilisé par les intimées d'une manière telle que ceci ne puisse être compris autrement que comme une concurrence parasitaire et qu'il suscite auprès du public une association d'idées avec le produit des requérantes. Or, aucun sondage n'a été mené dans le cas d'espèce pour étayer la réalité de cette concurrence parasitaire. En outre, on ne voit pas quel signe les intimées utiliseraient pour tirer profit de la renommée des requérantes. Certes, les capsules litigieuses ont également un couvercle à leur base et ont une forme légèrement tronconique. Il existe cependant d'autres capsules de café sur le marché qui se rapprochent de ces caractéristiques. En outre, les capsules litigieuses se distinguent en de nombreux points des capsules F._____ (cf. c. V.c ci-dessus). Enfin, il n'apparaît aucun élément sur l'emballage, les sachets fraîcheur ou les capsules litigieuses elles-mêmes qui pourrait laisser penser qu'elles ont un quelconque rapport avec les capsules des requérantes. Il est d'ailleurs indiqué, sur la face antérieure de l'emballage des capsules litigieuses, que la marque F._____ n'est ni de la propriété des intimées, ni d'aucune entreprise liée à ces dernières. Au stade de la vraisemblance, on ne voit pas en quoi le comportement des intimées serait constitutif d'un acte de concurrence déloyale. Compte tenu de ce résultat, il n'est pas nécessaire de trancher la question de savoir si les intimées exploitent la réputation des requérantes. Au vu de ce qui précède, les requérantes ne rendent ainsi pas vraisemblable qu'il existe un risque de confusion entre leurs capsules et celles litigieuses ou que les intimées tenteraient de parasiter la concurrence de sorte à induire le

consommateur en erreur. VII. Comme on l'a vu plus haut, les requérantes ont rendu vraisemblable leur droit à la marque. En revanche, elles n'ont pas rendu vraisemblable qu'elles étaient menacées d'une atteinte à leurs droits. Les capsules M._____ ne représentent en effet pas, à ce stade, de risque de confusion avec les capsules des requérantes, de sorte que le risque de préjudice difficilement réparable de par la commercialisation des capsules litigieuses n'a pas été rendu vraisemblable, tant sur le plan de la LPM que de la LCD. En outre, il n'a pas non plus été rendu vraisemblable que les intimées tenteraient de mauvaise foi de parasiter la concurrence pour induire le consommateur en erreur. Les conditions pour ordonner les mesures provisionnelles requises ne sont donc pas remplies et les conclusions de la requête du 29 mai 2012 doivent être rejetées. VIII. Les intimées soutiennent que les mesures provisionnelles requises devraient être rejetées pour le motif que les requérantes abuseraient, en les requérant, de leur position dominante sur le marché, invoquant ainsi la LCart. Compte tenu du rejet de la présente requête, il n'est pas nécessaire d'examiner ce point. IX. Les frais judiciaires de la présente ordonnance sont arrêtés à 13'200 fr., soit 12'000 fr. à titre d'émolument des mesures provisionnelles (art. 28 et 31 du tarif des frais judiciaires civils; RSV 270.11.5; ci-après: TFJC), 350 fr. à titre d'émolument pour les mesures superprovisionnelles (art. 30 TFJC), 350 fr. à titre d'émolument pour le mémoire préventif (art. 30 TFJC) et 500 fr. à titre de frais de témoins (art. 87 TFJC). Les intimées, qui ont conclu à l'irrecevabilité de la présente requête et, subsidiairement, à ce qu'elle soit transmise au Tribunal de commerce du Canton d'Argovie, succombent sur ces points de procédure. Elles obtiennent en revanche gain de cause en ce sens que les conclusions des requérantes tendant à ce qu'interdiction leur soit faite de commercialiser les capsules M._____ doivent être rejetées. Les requérantes perdent l'essentiel du litige en ce sens que l'interdiction prononcée par voie de mesures superprovisionnelles doit être rapportée. Elles supporteront ainsi une grande partie des frais de justice (art. 106 CPC; Tappy, CPC commenté, n. 35 ad art. 106 CPC). L'autre partie sera mise à la charge des intimées (Tappy, CPC commenté, n. 35 ad art. 106 CPC). Les intimées, qui obtiennent gain de cause sur le principe, ont droit à des dépens réduits d'un quart, arrêtés à 9'450 fr., soit 9'000 fr. à titre de défraiement de leurs conseils (art. 6 du tarif des dépens en matière civile du 23 novembre 2010; RSV 270.11.6; ci-après: TDC) et 450 fr. de débours (art. 19 al. 2 TDC), à la charge des requérantes B._____ SA et C._____ SA (art. 95 al. 3 let. a et b CPC). X. Les décisions prises en instance cantonale unique selon les art. 5 ss CPC doivent, d'après l'art. 112 LTF, être communiquées par écrit. Une communication orale suivie d'une motivation écrite selon les art. 239 al. 1 et 2 CPC est exclue. La réserve du droit cantonal prévue à l'art. 112 al. 2 LTF ne s'applique pas non plus, car le domaine de la procédure civile n'est plus du droit cantonal (Stahelin, ZPO-Kommentar, n. 38 ad art. 239 CPC; Oberhammer, Basler Kommentar, n. 10 ad art. 239 CPC; Hofmann/Lüscher, Le Code de procédure civile, Berne 2009, p. 150; Gasser/Rickli, Schweizerische Zivilprozessordnung, Kurzkomentar, Zurich 2010, n. 4 ad art. 239 CPC; contra : Tappy, CPC commenté, nn. 24-25 ad art. 239 CPC, p. 930). La présente ordonnance est dès lors motivée d'office. Par ces motifs, le juge délégué, statuant à huis clos et par voie de mesures provisionnelles : I. rejette la requête de mesures provisionnelles déposée le 29 mai 2012 par les requérantes B._____ SA et C._____ SA. II. rapporte en conséquence l'ordonnance de mesures superprovisionnelles rendue le 29 mai 2012. III. met les frais judiciaires de la procédure provisionnelle, arrêtés à 13'200 fr. (treize mille deux cents francs), à la charge des requérantes B._____ SA et C._____ SA, solidairement entre elles, à raison de 9'900 fr. (neuf mille neuf cents francs), et à la charge des intimées

D. _____ SA et E. _____ SA, solidairement entre elles, à raison de 3'300 fr. (trois mille trois cents francs). IV. condamne les requérantes B. _____ SA et C. _____ SA, solidairement entre elles, à verser aux intimées D. _____ SA et E. _____ SA, solidairement entre elles, la somme de 9'450 fr. (neuf mille quatre cent cinquante francs) à titre de dépens. V. rejette toutes autres ou plus amples conclusions. Le juge délégué : Le greffier : P. - Y. Bosshard G. Intignano Du L'ordonnance qui précède, lue et approuvée à huis clos, prend date de ce jour. Elle est notifiée, par l'envoi de photocopies, aux conseils des parties. La présente ordonnance peut faire l'objet d'un recours en matière civile devant le Tribunal fédéral au sens des art. 72 ss LTF et 90 ss LTF (loi du 17 juin 2005 sur le Tribunal fédéral - RS 173.110), cas échéant d'un recours constitutionnel subsidiaire au sens des art. 113 ss LTF. Ces recours doivent être déposés devant le Tribunal fédéral dans les trente jours qui suivent la présente notification (art. 100 al. 1 LTF). Le greffier : G. Intignano

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