

N°: 999 @
R.G. N°: 2012/AR/494
N° rép.: 2013/ 3369

LA COUR d'APPEL DE BRUXELLES
18^{ème} chambre,
siégeant en matière civile,
après en avoir délibéré, rend l'arrêt suivant :

Arrêt définitif
du 8 mai 2013

+HP.

EN CAUSE DE :

1. [REDACTED] domiciliée à [REDACTED]
[REDACTED] ;
2. [REDACTED] domiciliée à [REDACTED]
[REDACTED] ;
3. [REDACTED] domiciliée à [REDACTED] ;
4. [REDACTED] domiciliée à [REDACTED]
[REDACTED] ;
5. [REDACTED] domiciliée à [REDACTED]
[REDACTED] ;
6. [REDACTED] domiciliée à [REDACTED]
[REDACTED] ;
7. [REDACTED] domiciliée à [REDACTED]
[REDACTED] ;

Parties demandresses, faisant toutes élections de domicile au Cabinet d'Avocats LEGALIA, à 1180 BRUXELLES, Avenue Brugmann 307/7,

représentées par Maître PUYRAIMOND Jean-Ferdinand, avocat à 1050 BRUXELLES, Avenue Emile Duray 4 ;

CONTRE :

1. **La SPRL LEGALIA**, dont le siège social est établi à 1390 BOSSUT-GOTTECHAIN, Avenue des Sapins 45, inscrite à la Banque Carrefour des Entreprises sous le numéro 0811.114.097,

partie défenderesse,

représentée par Maître Vincent CASSIERS loco Maître DE THEUX DE MEYLANDT ET MONTJARDIN Olivier, avocat à 1180 BRUXELLES, avenue Hamoir 11 ;

I. La procédure devant la cour.

01. La requête introductive a été déposée au greffe de la cour le 17 février 2012 en application de l'article 2.17 de la Convention Benelux en matière de Propriété Intellectuelle (CBPI) du 25 février 2005.

Le recours est dirigé contre la décision n° 2005654 de l'Office Benelux de la Propriété Intellectuelle (OBPI) du 19 décembre 2011 qui statue sur l'opposition faite par la défenderesse contre la demande d'enregistrement d'une marque complexe figurative.

02. Les parties ont déposé des conclusions dans les délais fixés par la cour. Elles ont été entendues à l'audience publique du 30 octobre 2012.

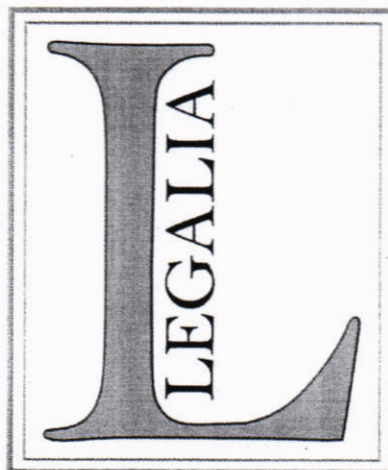
03. Le ministère public a déposé un avis écrit le 19 novembre 2012.

04. Les parties ont répondu à l'avis du ministère public dans le délai qui leur était imparti.

05. L'affaire a été mise en délibéré le 27 novembre 2012 sur pied de l'article 769, alinéa 2 du Code judiciaire.

II. La procédure devant l'OBPI et la décision attaquée.

06. Le 3 juin 2010 les demanderesses procédaient auprès de l'Office au dépôt de la marque complexe figurative ci-dessous en vue de son enregistrement pour les services en classe 45 au sens de l'arrangement de Nice du 15 juin 1957, tel que révisé et modifié :



Les services pour lesquels la protection est revendiquée dans le dépôt sont : services juridiques; services de sécurité pour la protection des biens et des individus; services personnels et sociaux rendus par des tiers destinés à satisfaire les besoins des individus.

Le dépôt, qui ne réclame aucune couleur ou description d'éléments distinctifs, porte le numéro 1202739 et était publié le 21 juillet 2010.

07. Le 30 septembre 2010, la défenderesse faisait opposition à l'enregistrement de ladite marque en application de l'article 2.14 de la CBPI, pour tous les services de la classe 45 en invoquant les droits relatifs à sa marque Benelux antérieure:



Cette marque, qui réclame différentes couleurs de bleu; le blanc et la teinte pantone 5425, était déposée le 16 avril 2010 et enregistrée le 28 septembre 2010 sous le numéro 888124 pour les services en classes:

35 : publicité; gestion des affaires commerciales; administration commerciale; travaux de bureau; détachement de juristes.

36 : assurances; affaires financières; affaires monétaires; affaires immobilières.

45 : services juridiques, également dans le cadre dudit "legal interim management"; services de sécurité pour la protection des biens et des individus; services personnels et sociaux rendus par des tiers destinés à satisfaire les besoins des individus.

08. La procédure contradictoire ayant pris cours le 5 décembre 2010, le mandataire en marques des opposantes, actuellement demanderesse, déposait une note contenant l'argumentation.

Il indiquait que l'opposition est fondée sur les articles 2.14. 1 sous a et 2.3 sous b. de la CBPI, qui ouvrent au titulaire d'une marque une voie d'opposition à une marque qui prend rang après la sienne lorsque celle-là est '*postérieure identique ou ressemblante déposée pour des produits identiques ou similaires, lorsqu'il existe dans l'esprit du public un risque de confusion qui comprend le risque d'association avec la marque antérieure*'.

Après avoir exposé les principes du droit communautaire qui régissent le risque de confusion entre les signes querellés, portant sur la similitude entre les marques et les services concernés, l'opposante estime qu'il existe un risque de confusion entre les deux marques eu égard à leur identité sur le plan phonétique et la similitude sur le plan visuel, le terme

'legalia' étant dominant. Il existe selon elle également une similitude conceptuelle, les deux signes évoquant le mot 'légal' et des services juridiques.

Quant à la comparaison des services, elle constate qu'il y a identité en ce qui concerne la classe 45.

Le consommateur moyen étant le destinataire des services et vu l'identité des services et le degré de similitude entre les signes concernés, elle estime qu'il existe un risque de confusion.

09. En réponse à cette communication, le conseil des déposantes introduisait le 1^{er} mai 2011 des observations en réponse, accompagnées d'annexes relatives à l'usage du vocable 'legalia'.

Il argumentait en substance qu'il ressort de la comparaison globale des deux signes que la mise en forme du mot 'legalia', qui n'a en soi aucun pouvoir distinctif, est complètement différente pour les deux signes. L'élément dominant des deux signes étant différent, notamment l'apparition horizontale et verticale du vocable et leur caractère d'imprimerie, les aspects visuels excluraient tout risque de confusion.

La comparaison phonétique mènerait à la même conclusion : il ne s'agit pas de comparer 'legalia' à 'legalia', mais 'L legalia' à 'legalia legal interim management'.

Au niveau conceptuel, les signes n'auraient de commun que la présence du vocable 'legalia'. La similitude serait inexistante.

10. Sur le plan de la comparaison des services, les défenderesses sur opposition contestaient toute similitude, leurs services prestés concernant des prestations d'avocats, tandis que l'opposante preste des services d'outplacement juridique. Les services d'avocats étant caractérisés par l'organisation déontologique très développée et une réglementation judiciaire très stricte, toute confusion serait exclue.

Le public pertinent étant formé par des consommateurs très attentifs, ceux-ci ne sauraient confondre les deux marques.

Par ailleurs, elles arguaient que l'opposante a opéré un dépôt de mauvaise foi, dès lors qu'elle devait savoir que la société civile d'avocats avait déjà enregistré le nom de domaine 'legalia.be'.

En dernier lieu, elles offraient de limiter la protection de leur dépôt aux seuls services d'avocat.

11. La décision attaquée reçoit l'opposition et la déclare fondée, le risque de confusion entre les signes étant considéré comme réel.

Elle décide de ne pas enregistrer le dépôt 1202739 et déclare les défenderesses redevables à l'opposante de la taxe de 1.000 EUR en application de l'article 2.16, alinéa 5 de la CBPI et de la règle 1.32 du RE.

L'Office énonce les principes établis par les juridictions européennes au travers de nombreuses décisions sur les points pertinents dans la présente cause et notamment ceux concernant le risque de confusion et la comparaison des signes.

12. Quant à la comparaison sur le plan visuel, la décision indique d'abord que la locution 'legal interim management' dans le signe de l'opposante étant descriptive, elle ne sera perçue comme un élément distinctif. C'est l'élément verbal 'legalia' qui attire l'attention. Elle considère d'une part, que dans une marque complexe l'élément descriptif ne sera pas considéré comme l'élément dominant dans l'impression d'ensemble, et d'autre part, que dans les signes composés (verbal et figuratif) l'élément verbal a souvent un impact plus élevé sur le consommateur que l'élément figuratif.

Eu égard à la place qu'occupe l'élément verbal de grande taille 'legalia' dans le signe de l'opposante, à la lettre initiale L et au mot legalia placé verticalement dans le signe déposé, l'Office constate l'identité des termes 'legalia' dans les deux signes et estime que de ce fait les signes ont un certain degré de ressemblance visuelle.

Quant à la ressemblance phonétique, la décision estime que dès lors que le consommateur moyen aura tendance à abrégé oralement une marque comprenant plusieurs termes, le public pertinent n'aura égard qu'au terme dominant 'legalia', délaissant les autres éléments verbaux de la marque de l'opposante, et qu'il prononcera la marque déposée uniquement sur la base de ce terme.

Il en est conclu que les signes sont fortement similaires sur le plan phonétique.

Les deux marques faisant référence à la nature juridique des services - encore plus explicitement dans le signe de l'opposante - et le radical 'legal' étant présent dans le terme global 'legalia' - qui n'a pas de signification précise -, l'Office conclut qu'il y a un certain degré de ressemblance.

13. Quant à la similitude des services, la décision considère qu'ils sont identiques.

L'Office n'examine pas la proposition subsidiaire des déposantes visant à limiter les services protégés par la marque. Il estime qu'il a uniquement vocation à trancher des litiges dans le cadre d'une opposition, sans avoir à se substituer aux parties. Par ailleurs, il indique que la demande de limitation doit être faite de manière claire, univoque et inconditionnelle et estime que la demande subsidiaire ne peut être honorée.

14. Dans son appréciation globale du risque de confusion, l'Office prend en compte le consommateur moyen, estimant qu'il ne peut être admis que le public pertinent, qui est composé tant de professionnels que de consommateurs moyens, aient toujours un niveau d'attention élevé lors de la souscription de services juridiques.

Considérant le caractère distinctif des signes concernés, il observe que le terme 'legalia' est généralement inconnu au Benelux et que dès lors que la langue latine n'est pas généralement familière pour la grande majorité du public pertinent, ledit vocable n'est pas descriptif, mais jouit d'un pouvoir distinctif faible.

En raison des similitudes relevées sur les trois plans pertinents et de l'identité des services et nonobstant le caractère distinctif faible de

la marque invoquée, il estime que le risque de confusion est établi, les autres facteurs avancés par les défenderesses étant rejetés. Plus particulièrement en ce qui concerne l'argument relatif à l'utilisation répandue du terme 'legalia', il répond qu'il n'est pas démontré que la coexistence de marques antérieures comprenant ce vocable repose sur une absence de risque de confusion.

La demande et les positions des parties.

15. Les demanderesses postulent l'annulation de la décision attaquée et demandent la cour de :

- à titre principal: constater que le dépôt réalisé par la défenderesse a été fait de mauvaise foi et, en conséquence, en ordonner l'annulation;

- à titre subsidiaire: constater qu'il n'existe pas de risque de confusion et, en conséquence, rejeter l'opposition et ordonner l'inscription au registre des marques de l'OBPI de la marque figurative 1202739;

- à titre plus subsidiaire : prendre acte de la limitation des services pour lesquels la marque est déposée aux seuls « services d'avocats, à l'exclusion de l'outplacement juridique » et ordonner l'inscription de la marque ainsi limitée;

- condamner la défenderesse aux frais et dépens '*des deux instances, en ce compris l'indemnité de procédure (1.000 € devant l'OBPI et 1.320 € en appel)*'.

16. Les demanderesses exposent qu'elles n'ont pas cessé de proposer une solution amiable et raisonnable au litige, que la défenderesse a systématiquement refusée, tant avant pendant et après la procédure d'opposition.

Elles dénoncent la mauvaise foi de la défenderesse et concluent que l'enregistrement de sa marque doit être annulé au titre de l'article 2.4.f. de la CBPI.

17. Leurs griefs sur l'appréciation par l'Office du risque de confusion peuvent être résumés comme suit :

- la décision attaquée rejette à tort le caractère descriptif du vocable 'legalia', qui ne peut servir d'élément distinctif pour les services juridiques de la classe 45; attribuer un droit de marque sur la dénomination 'legalia' serait contraire à l'intérêt général;

- les signes en présence à comparer ne sont pas 'legalia' contre 'legalia', mais deux mises en forme très particulières contenant ce mot qui, en soi, est dépourvu de tout caractère distinctif;

- la comparaison visuelle démontre que les éléments dominants des deux signes sont formés par les présentations figuratives, telles les couleurs, les formes et les typographies très particulières;

- la comparaison phonétique ne peut se limiter à l'élément considéré dominant 'legalia' : il y a lieu de comparer 'legalia' et 'legalia legal interim management';

- la comparaison conceptuelle démontre que les signes n'ont en commun qu'un mot dépourvu de pouvoir distinctif et sont totalement différents pour le reste;

- la comparaison des services doit se faire in concreto et mène à la conclusion qu'ils n'ont rien de commun; même en cas de comparaison in abstracto, l'Office aurait dû constater qu'en ce qui concerne les services d'avocats, le risque de confusion est inexistant; en outre l'Office aurait dû rejeter l'opposition au moins pour l'inscription limitée aux services d'avocats et entériner l'enregistrement pour ce type de services;

- les services offerts étant très particuliers, surtout dans le cas des services d'avocats, le niveau d'attention du public pertinent n'est pas moyen, mais élevé.

18. La défenderesse demande de rejeter le recours, de confirmer la décision attaquée en ce qu'elle refuse l'enregistrement du dépôt Benelux 1202739 et de condamner les demanderesses aux dépens des deux instances, en ce compris l'indemnité de procédure de 1.320 EUR.

19. Elle développe davantage les points qu'elle avait soulevés devant l'Office sur les similitudes entre les signes sur les plans visuel, phonétique et conceptuel ainsi que des services concernés et rejoint l'appréciation de l'Office ainsi que les conclusions qu'il en tire quant au risque de confusion.

Par ailleurs, elle étaye sa conclusion du risque de confusion également par deux courriers récents qui lui étaient adressés erronément par les assureurs KBC et AG Insurance, mais qui étaient destinés au cabinet d'avocats des demanderesses.

20. Quant à l'intérêt général auquel se réfèrent les demanderesses, elle observe que celles-ci soutiennent des thèses contradictoires: d'un côté, le signe 'legalia' devrait pouvoir être utilisé par le plus grand nombre en raison de son caractère descriptif mais, d'un autre côté, elles revendiquent un droit sur le nom commercial 'legalia' au motif qu'elles ont enregistré le nom de domaine 'legalia'.

Elle se défend également d'avoir effectué un dépôt de mauvaise foi et indique notamment à cet égard qu'elle ignorait l'identité du titulaire du nom de domaine 'legalia.be', le site de référence 'register.be' ne livrant aucun détail à ce sujet.

III. Discussion.

Observations générales.

21. En vertu de l'article 2.14.1 CBPI, qui est à la base de l'opposition faite par l'actuelle défenderesse, cette voie de recours est uniquement ouverte au déposant ou au titulaire d'une marque antérieure notamment lorsque celle-ci prend rang après la sienne, conformément aux dispositions de l'article 2.3, sous a. et b.

L'article 2.3 sous b. CBPI concernant le rang du dépôt vise le cas où des marques identiques ou ressemblantes ont été déposées pour des produits ou services identiques ou similaires et qu'il existe, dans l'esprit du public, un risque de confusion avec la marque antérieure.

22. Il suit de ces dispositions qu'il revient à la cour, statuant en application de l'article 2.17.1 de la CBPI sur un recours à l'encontre d'une décision prise par l'Office sur opposition, d'examiner si les droits conférés au titulaire d'une marque antérieure s'opposent à l'enregistrement de la marquée déposée dont opposition en raison (i) de l'identité ou la similitude entre les deux signes distinctifs concernés, (ii) de l'identité ou la similitude entre les produits et services pour lesquels l'usage de la marque est revendiquée (iii) du risque de confusion dans le chef du public auquel cet usage pourrait donner lieu, y compris le risque d'association entre la marque déposée et la marque antérieure.

Les trois conditions revêtant un caractère cumulatif, l'opposition ne saurait être octroyée si la preuve des trois motifs d'empêchement n'était pas apportée.

23. Suivant l'interprétation de l'article 2.17.1. de la CBPI régissant la procédure d'opposition, établie par la Cour de Justice Benelux, la cour d'appel doit statuer elle-même et substituer le cas échéant sa décision à la décision annulée, étant entendu que la cour d'appel ne peut prendre en considération que les éléments sur la base desquels l'Office a pris ou aurait dû prendre la décision sur l'opposition (CJB, arrêt du 26 juin 2009 affaire A 2008/1 en cause JTEKT Corporation Ltd. point 18).

Il suit dudit arrêt que la cour n'est pas habilitée à prendre en considération des faits ou preuves qui n'étaient pas portés devant l'Office pendant le cours de la procédure d'opposition.

24. Les motifs d'opposition étant limitativement énumérés à l'article 2.14.1 de la CBPI, tout autre motif présenté à l'appui d'une opposition ne saurait être pris en considération.

Dès lors, les arguments tirés du dépôt de mauvaise foi de la marque antérieure, imputé à la défenderesse, manquent de pertinence et doivent être écartés du débat.

Il s'ensuit que la demande formulée à titre principal par les demanderesse, tendant à ordonner l'annulation du dépôt antérieur prétendument effectué de mauvaise foi, est irrecevable.

Le fondement de l'opposition.

25. La portée de l'article 2.3 sous b. CBPI n'est pas différente de celle des prescrits des articles 2.20.1 a. et b. CBPI en ce que ceux-ci traitent du risque de confusion entre des marques similaires ou identiques dans le cadre de l'étendue de la protection d'une marque.

L'article 2.20 de la CBPI sur l'étendue de la protection d'une marque enregistrée étant la transposition de l'article 5 de la Directive du Conseil CE du 21 décembre 1988 (89/104/CEE) rapprochant les législations des Etats membres sur les marques, actuellement la Directive 2008/95/CE du 29 octobre 2008 du Parlement européen et du Conseil, lesdites dispositions de la CBPI doivent être interprétées à la lumière de leur portée dans le droit communautaire, telle que la Cour de Justice et le Tribunal de l'UE l'ont définie.

26. Un signe déposé à l'enregistrement ne peut faire fonction de marque que s'il est distinctif, ce qui suppose qu'il est apte à identifier les produits ou services pour lesquels la protection par la marque est réclamée comme provenant de l'entreprise titulaire de la marque (CJUE arrêt du 04 mai 1999, affaires Windsurfing Chiemsee, C-108/97 et C-109/97, point 49; CJUE arrêt du 25 octobre 2007, affaire Develey, C-238/06, point 79).

L'examen de ce pouvoir doit se faire au départ du signe tel qu'il était déposé, en fonction de l'impression d'ensemble concrète qu'il est susceptible de laisser dans la perception du public pertinent en tant que marque. L'appréciation de cette impression requiert que tous les éléments et circonstances pertinents concrets, notamment en rapport avec les produits et services pour lesquels l'enregistrement est demandé, soient pris en considération.

27. S'agissant d'un signe revêtant un caractère descriptif, celui-ci est inapte à faire fonction de marque.

En effet, l'article 2.11.1.c. de la CBPI s'oppose à l'enregistrement d'un signe qui est exclusivement composé de signes ou d'indications pouvant servir dans le commerce pour désigner l'espèce, la qualité, la quantité, la destination, la valeur, la provenance géographique ou l'époque de la production du produit ou de la prestation du service, ou de toute autre caractéristique de ceux-ci.

L'intérêt général que poursuit cette disposition exige que de tels signes ou indications puissent être utilisés librement par tous (CJUE, arrêt du 23 octobre 2003, affaire Wrigley [Doublemint] C-191/01, points 31 et 32; CJUE, arrêt du 19 avril 2007, affaire Celltech, C-276/05, point 75).

28. Il y a lieu de considérer que le caractère descriptif ne sera établi que lorsqu'il peut être admis que le public pertinent, confronté au signe, établira immédiatement et sans autre réflexion un rapport concret et direct entre le produit ou le service concerné, sous l'angle d'une de ses caractéristiques, et le sens du signe verbal.

Eu égard également audit but d'intérêt général, il doit être admis que la désignation du produit ou la description d'une de ses caractéristiques doit se rapporter à une caractéristique concrète et objective du produit ou du service.

29. Le caractère descriptif est acquis lorsque le signe ou l'indication peut désigner une caractéristique dans une de ses significations potentielles.

Si le signe n'est pas effectivement utilisé au moment de la demande d'enregistrement afin de décrire des produits ou services tels que ceux pour lesquels la demande est présentée ou des caractéristiques de ces produits ou services, encore faut-il vérifier si le signe est susceptible d'être utilisé à de telles fins (CJUE arrêt du 4 mai 1999, affaire Windsurfsing Chiemsee, C-109/97, points 31 et 37; CJUE arrêt du 12 février 2004, affaire Campina Melkunie, [Biomild] point 38) et si une telle utilisation dans le futur peut raisonnablement être admise.

30. La similarité entre deux marques suppose, du point de vue du public pertinent, qu'il existe entre elles une égalité au moins partielle en ce qui concerne un ou plusieurs aspects pertinents. Sont à considérer pertinents, les aspects visuel, auditif et conceptuel (TUE, arrêt du 23 octobre 2002, T-6/01 en cause Matratzen Concord, point 30, avec renvoi aux arrêts de la CJUE).

Par ailleurs, l'appréciation de la similarité doit reposer sur l'impression d'ensemble suscitée par les marques, l'importance prépondérante revenant aux éléments distinctifs et dominants des signes concernés.

31. Il suit desdites considérations que lors de l'examen du risque de confusion entre deux marques en fonction des similitudes, l'appréciation doit se faire globalement au regard du pouvoir distinctif ainsi qu'au regard des produits et services concernés.

Cette appréciation globale implique une certaine interdépendance entre les facteurs pris en compte et, notamment, entre la similitude des marques et celle des produits ou des services désignés. Ainsi, un faible degré de similitude entre les produits ou les services désignés peut être compensé par un degré élevé de similitude entre les marques, et inversement (TUE, arrêt du 20 janvier 2010, affaire T-460/07, NOKIA OYJ, point 43 avec les renvois aux arrêts de la CJUE).

Plus le niveau de similitude entre les marques et les produits est élevé, plus il est plausible que le public cible pourra croire que les produits

couverts par les deux marques proviennent d'une même entreprise ou d'entreprises économiquement liées.

S'agissant de l'appréciation du risque de confusion, le pouvoir distinctif de la marque antérieure doit également être pris en compte, comme élément parmi d'autres (TUE, arrêt du 15 janvier 2013, en cause Lidl Stiftung & C°, T-237/11, point 78).

32. Dès lors que le risque de confusion doit s'apprécier concrètement, en fonction de la perception qu'à la public cible de la marque déposée, et ce dans toutes les circonstances dans lesquelles cette marque peut être utilisée dans une de ses fonctions, il y a lieu de déterminer d'abord ce public pertinent.

Aux fins de l'appréciation globale du risque de confusion, le consommateur moyen des produits concernés est censé être normalement informé et raisonnablement attentif et avisé.

Par ailleurs, il convient de tenir compte du fait 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 imparfaite de celles-ci qu'il a gardée en mémoire.

Il y a lieu également de prendre en considération le fait que le niveau d'attention du consommateur moyen est susceptible de varier en fonction de la catégorie de produits ou de services en cause (TUE, arrêt du 20 janvier 2010, affaire T-460/07, Nokia OIY, point 45.).

33. Le dépôt 1202739 relatif à la marque 'LEGALIA' indique que la protection est revendiquée pour les services en classe 45 qui sont énumérés dans leur totalité, tels qu'ils figurent dans le classement de Nice.

Toutefois, dans la note de défense introduite le 1^{er} mai 2011 auprès de l'Office, le conseil du cabinet d'avocats a énoncé expressément (p.5) que la protection revendiquée par la marque était limitée par rapport au dépôt dans les termes suivants '*La société civile Legalia offre enfin, par les présentes, et en tout état de cause, de limiter expressément son dépôt de marque en précisant que ce dernier ne s'applique qu'aux services d'avocat et à aucun autre type de services*'.

La décision de limiter cette étendue de la protection appartient aux seuls déposants et peut être prise dans le cadre de la procédure d'enregistrement. Etant effectuée en l'occurrence de façon expresse, claire et sans réserves quelconques, l'Office était tenu d'y avoir égard.

Il en est d'autant plus ainsi que cette précision rejoint la préoccupation de la Directive 2008/95/CE du 29 octobre 2008 qui exige que les produits ou les services pour lesquels la protection par la marque est demandée, soient identifiés par le demandeur avec suffisamment de clarté et de précision pour permettre aux autorités compétentes et aux opérateurs économiques, sur cette seule base, de déterminer l'étendue de la protection demandée (CJUE, arrêt du 19 juin 2012, C- 307/10, affaire CIPA, points 49 et 53).

Dès lors, les services concernés par le dépôt 1202739 sont uniquement les services d'avocat.

34. Lesdits services s'adressant à chacun, le public cible est formé par l'ensemble de la population.

S'agissant de services auxquels il est fait appel dans des circonstances spécifiques, que ce soit en vue de se faire conseiller ou de résoudre des problèmes généralement litigieux, et dont le prestataire jouit d'un quasi monopole pour représenter en justice, il n'est pas douteux que le niveau d'attention du public pertinent sera nettement supérieur à la moyenne.

Dès lors, le public cible de la marque déposée doit être considéré comme étant nettement attentif et avisé.

35. La marque antérieure a été enregistrée pour les services en classes 35, 36 et 45 dans leur totalité, tels qu'énumérés dans leur intitulé dans le classement de Nice, avec ajout en classe 45, relativement aux services juridiques de '*également dans le cadre dudit 'legal interim management'*' et en classe 35 de '*détachement de juristes*'.

Ces services s'adressent également au large public, mais s'agissant également de services qui comportent souvent un élément de conseil et qui concernent le comportement financier de consommateur, le niveau d'attention du public cible sera plus élevé qu'en moyenne.

Par conséquent, le niveau d'attention du public pertinent sera supérieur à la moyenne.

36. Généralement, le consommateur moyen perçoit une marque comme un tout et ne se livre pas à un examen de ses différents détails (CJUE, arrêt du 12 juin 2007, en cause OHMI c. Shaker [marque Limonchello], C-334/05 P, point 35 qui renvoie à plusieurs arrêts en ce sens).

Lorsque ce consommateur perçoit un signe verbal, il le décomposera en des éléments verbaux qui, pour lui, suggèrent une signification concrète ou qui ressemblent à des mots qu'il connaît. Un terme fantaisiste attirera davantage son attention (TUE, arrêt du 6 octobre 2004, en cause Vitakraft, T-356/02, points 51 & 52).

37. S'agissant d'une marque complexe, l'impression d'ensemble de ce signe peut être dominé par une ou plusieurs de ses composantes (CJUE, arrêt cité du 12 juin 2007, marque Limonchello, point 35), mais uniquement lorsque tous les autres composantes sont négligeables, la similarité peut être appréciée en fonction de cet élément dominant (CJUE, arrêt Limonchello, point 42).

Lors de l'appréciation du caractère dominant d'une composante d'une marque complexe, il convient de prendre en compte, notamment, les qualités intrinsèques de chacune des composantes en les comparant à celles des autres composantes et, de manière accessoire, leur position

relative dans la configuration de la marque complexe (TUE, arrêt du 23 octobre 2002, T-6/01 en cause Matratzen Concord, point 35.)

S'agissant d'une marque complexe, dans laquelle l'élément verbal détient une place équivalente par rapport à l'élément figuratif, il n'y a pas de raison de considérer que ce dernier ne peut pas être compris, du point de vue visuel, comme subsidiaire par rapport à l'autre élément (TUE, arrêt du 12 décembre 2002, en cause Vedral c. OHMI & France Distribution, T-110/01, point 53).

En revanche un élément descriptif faisant partie d'une marque complexe ne sera pas considéré comme l'élément distinctif et dominant de l'impression d'ensemble produite par celle-ci (TUE, arrêt du 3 juillet 2003, José Alejandro c. OHMI & Anheuser-Busch [marque BUDMEN], T-129/01, point 53).

38. Les deux signes querellés sont semi-figuratifs et complexes, composés d'un ou plusieurs éléments verbaux et d'éléments décoratifs.

Le signe déposé comporte un vocable, présenté dans une police de fonte, sobre et plutôt rigide, encadré dans un rectangle tout aussi sobre sans couleur de fond, le vocable étant mis en position verticale contre la colonne de la lettre L, dans l'espace intérieure de cette lettre.

Le signe enregistré est composé au départ d'un fond rectangulaire en couleur bleu foncé, sur lequel figure le mot 'legalia' présenté dans une police de fonte qui n'a rien de classique, en grandeur différente procurant un effet ondulatoire et ludique pour l'ensemble. L'attention est tirée sur le vocable par une flèche et en dessous du rectangle bleu figurent les mots 'legal interim management' en petites lettres dans la même police de fonte.

D'un point de vue visuel, ces signes n'ont de similaire que le vocable 'legalia', tout le reste étant différent.

39. Le vocable 'legalia' existe dans la langue latine, mais ne fait pas partie du vocabulaire des langues suffisamment connues dans le Benelux. Il s'agit d'un syntagme fantaisiste, mais qui ne diffère que fort peu du mot 'légal' en langue française, 'legaal' en langue néerlandaise et 'legal' en langue anglaise. Ces mots ont tous le même contenu cognitif de 'se rapportant à la loi' ou 'conforme à des règles normatives'. L'ajout des lettres 'ia' suggère en outre un substantif au pluriel.

Cet élément verbal revêtant un caractère descriptif pour les services en classe 45 et partiellement pour les services en classe 35, il n'est pas de nature à constituer l'élément dominant et fort distinctif dans l'ensemble de ces signes.

En outre, les qualités intrinsèques des éléments figuratifs sont nettement plus accentuées par rapport audit élément verbal, que les signes soient considérés individuellement ou dans leur rapport figuratif.

Eu égard d'autre part à la position des vocables dans la configuration des signes, leur importance est équivalente à celle des éléments figuratifs.

Il s'ensuit que dans l'impression d'ensemble, le seul élément similaire étant la présence du mot 'legalia' qui n'occupe pas de place prépondérante, la similarité au niveau visuel est limitée.

40. Sur le plan auditif, l'élément verbal 'legalia' dans les deux marques est identique, mais la comparaison ne peut s'arrêter à cette composante.

Les éléments verbaux 'legal interim management', qui sont descriptifs pour deux services pour lesquels la marque antérieure revendique protection, seront compris par le public cible dans leur signification anglaise. Ils occupent une position en retrait par rapport à 'legalia' dans l'ensemble de la marque et dans la perception auditive.

Il n'empêche que ces éléments provoquent un rythme de prononciation et sonore très différent par rapport au signe déposé.

Ces éléments mènent à la conclusion que, nonobstant la présence d'un élément identique, dans l'ensemble de la perception auditive la similitude est très limitée.

41. Quant à la similitude conceptuelle, il y a lieu de considérer d'abord que si le mot 'legalia' n'a pas de signification proprement dite, il suggère un contenu cognitif qui est le même pour les deux signes. Les éléments verbaux 'legal interim management' ont une signification précise.

En ce qui concerne le concept qui est à la base de la composition des deux signes, ils sont similaires en ce que le terme 'legalia' prend une place significative dans une composition figurative.

Il y a une légère similitude conceptuelle.

42. L'appréciation globale sur le plan des ressemblances des signes mène à la conclusion qu'ils présentent une similitude légère sur les plans visuel et conceptuel et très limitée au niveau auditif.

Les différences sont manifestement largement plus importantes que les similitudes.

43. Les services à comparer sont ceux pour lesquels la protection est revendiquée par le dépôt et l'enregistrement, indépendamment de la spécificité concrète des services offerts qui ressortent à une énumération générique d'une classe (CJUE, arrêt du 19 juin 2012, (marque IP Translation), C-307/10, en cause CIPA, points 37 et 43).

Ainsi que la cour l'a déjà relevé, les services d'avocat sont les seuls services à considérer pour le dépôt des demandereses.

Il y a une similitude entre les services d'avocat en classe 45 et « les services juridiques, également dans le cadre dudit 'légal interim management' » également en classe 45.

44. Néanmoins, il y a une nette différence dans l'environnement professionnel dans lequel ces deux types de services sont prestés.

Les services d'avocat relèvent de l'organisation d'un auxiliaire de la justice, jouissant d'un monopole pour représenter en justice, soumis à des règles de déontologie et à la juridiction d'instances disciplinaires pour la totalité de son activité. Par contre, les services prestés par la défenderesse relèvent du marché concurrentiel des services.

Il n'y a pas de doute que le public cible fait appel aux services d'avocats dans des circonstances très spécifiques, fort souvent litigieuses, et de ce fait dans une perspective fondamentalement différente par rapport aux services en classe 45 prestés par la défenderesse.

La similitude des services concernés n'est que très légère.

45. Quant au risque de confusion, il y a lieu de considérer tout d'abord que les différences entre les marques sont beaucoup plus significatives que les ressemblances.

Au niveau des similitudes sur les aspects pertinents à comparer, seule la similarité visuelle atteint le seuil de la similarité limitée, les autres aspects ne revêtant qu'une similitude très légère.

Les services d'avocats étant prestés par un groupe de prestataires régulés, la voie d'accès à ces services et la prestation elle-même est très spécifique.

Le pouvoir distinctif est normal et équivalent pour les deux signes concernés.

46. De l'ensemble de ces circonstances, il suit que le public pertinent ne risque pas de croire que les services prestés sous la marque déposée sont originaires de la même entreprise que les services prestés sous la marque enregistrée.

Le risque de confusion n'est pas établi.

47. Dès lors que l'opposition n'est pas fondée, la marque déposée par les demanderesses doit être enregistrée pour les services revendiqués en classe 45: les services d'avocat.

48. Quant aux dépens, il y a lieu d'accorder le montant de base fixé par l'arrêté royal du 26 octobre 2007.

S'agissant d'un litige dont le montant n'est pas évaluable en argent, il y a lieu de taxer à 1.320 EUR l'indemnité de procédure indexée qui revient aux demanderesses.

PAR CES MOTIFS,

LA COUR,

Eu égard à la loi du 15 juin 1935 relative à l'emploi des langues en matière judiciaire,

Statuant contradictoirement.

Reçoit le recours et le déclare fondé.

Annule la décision attaquée sauf en ce qu'elle reçoit l'opposition.

Déclare l'opposition non fondée.

Enjoint l'Office de l'OBPI à procéder à l'enregistrement de la marque déposée sous le numéro 1202739 uniquement pour les services d'avocat en classe 45.

Condamne la défenderesse aux dépens, liquidés à 1.506 EUR, une indemnité de à 1.320 euros pour la demanderesse y comprise.

Ainsi jugé et prononcé à l'audience publique civile de la chambre 18 de la cour d'appel de Bruxelles le 8 mai 2013,

Où étaient présents :

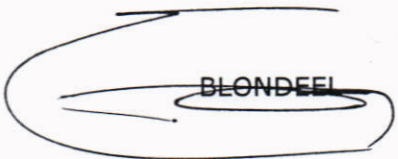
-M. P. BLONDEEL,
-M. K. MOENS,
-M. E. BODSON,
-Mme. D. VAN IMPE,

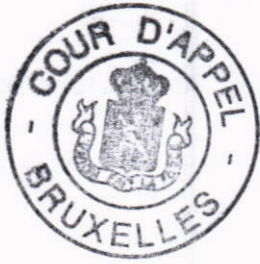
Président,
conseiller,
conseiller,
greffier.


VAN IMPE


BODSON


MOENS


BLONDEEL



Pour copie conforme
Le Greffier,

A handwritten signature in blue ink, appearing to be "E. HELPERS".

HELPERS EMMY