

N°: 462 G

R.G. N°: 2011/AR/2539

N° rép.: 2013/1816

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

EN CAUSE DE :

Arrêt définitif
du 13 mars 2013

+ MP

1. **CREDIT PROFESSIONNEL S.A.**, dont le siège social est établi à 1000 BRUXELLES, boulevard de Waterloo 16, inscrite au registre de la Banque Carrefour des Entreprises sous le n° 0402.197.731 ;

partie requérante,

représentée par Olivier SASSERATH loco Me. Maître CROUX Herman, avocat à 1150 BRUXELLES, Avenue de Tervueren 270 ;

CONTRE :

1. **L'OFFICE BENELUX DE LA PROPRIETE INTELLECTUELLE**, dont le siège social est établi à Bordewijklaan 15, 2591 XR LA HAYE (PAYS-BAS),

partie défenderesse,

représentée par Maître DAUWE Brigitte, avocat à 1000 BRUXELLES, rue de Lozum 25 ;

I. La procédure devant la cour.

01. La demanderesse a déposé le 30 septembre 2011 au greffe de la cour une requête en application de l'article 2.12 de la Convention Benelux en matière de Propriété Intellectuelle (CBPI) du 25 février 2005 dans le délai prévu par ladite disposition.

Le recours est dirigé contre la décision de l'Office Benelux de la Propriété Intellectuelle (OBPI) du 1^{er} août 2011 qui refuse l'enregistrement du dépôt d'une marque verbale « CREDIT PROFESSIONNEL ».

02. Les parties ont conclu dans les délais fixés par la cour et déposé un dossier de pièces.

Elles ont été entendues à l'audience publique du 11 septembre 2012.

03. Le ministère public a déposé un avis écrit le 2 octobre 2012.

Les parties ont indiqué qu'elles n'avaient pas d'observations à formuler au sujet de cet avis.

04. Le dossier a été pris en délibéré le 9 octobre 2012 en application de l'article 769 du Code judiciaire.

II. Les antécédents et la décision attaquée.

05. La demanderesse procédait le 17 novembre 2010 au dépôt auprès de l'OBPI d'une marque verbale 'CREDIT PROFESSIONNEL' pour des produits de la classe 9 et des services des classes 35 et 36 (classification de Nice).

Les produits et services pour lesquels la protection est réclamée par ledit dépôt comprennent :

- en classe 9 : *cartes de paiement magnétiques, terminaux de paiement;*

- en classe 35 : *aide à la direction des affaires, conseils en organisation et direction des affaires, consultation pour la direction des affaires, consultation professionnelle d'affaires, expertises en affaires, informations d'affaires, investigations pour affaires, estimation en affaires commerciales, analyse du prix de revient, étude de marché, recherche de marché ;*

- en classe 36: *affaires bancaires, financières et monétaires, agences de crédit, analyse financière, crédit-bail, constitution et investissement de capitaux, services de cartes de*

crédit et de débit, émission de chèques de voyage, dépôts en coffres-forts, opérations de compensation, consultation en matière financière, dépôts de valeurs, épargne, informations financières, expertises fiscales, constitution et placement de fonds, transfert électronique de fonds, gérance de fortune, prêt sur gage, transactions financières, services de financement et d'octroi de crédits, domiciliation, paiement et encaissement d'effets, opérations en Bourse, opérations de change.

06. Par lettre du 14 janvier 2011 l'OBPI notifiait au mandataire en marques de la demanderesse une décision de refus provisoire d'enregistrement aux motifs suivants :

'Le signe CREDIT PROFESSIONNEL est descriptif. En effet, il peut servir à désigner l'espèce, la qualité ou la provenance des produits mentionnés en classes 09, 35 et 36. Le signe est en outre dépourvu de tout caractère distinctif. Le refus est basé sur l'article 2.11 alinéa 1, sous b. et c. de la CBPI.'

Ledit article 2.11.1 concerne les cas où la marque est dépourvue de caractère distinctif (article 2.11.1. b.) et où elle est composée exclusivement de signes ou 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 d'autres caractéristiques de ceux-ci (article 2.11.1. c.).

07. En réponse à cette communication, le mandataire en marques de la demanderesse introduisait le 14 juillet 2011 des observations, en rappelant les principes interprétatifs qui régissent la matière et en présentant leur application dans le cas d'espèce.

Il indiquait notamment les points suivants:

- la marque déposée constitue initialement la dénomination sociale de la déposante, qui est également utilisée au titre de marque; la dénomination étant distinctive, le signe déposé l'est per se et il est sans importance que le caractère distinctif a été acquis par l'usage; un minimum de caractère distinctif suffit et seuls les signes inaptes à remplir la fonction essentielle de la marque sont dépourvus de tout caractère distinctif;

- les marques 'crédit professionnel', 'beroepskrediet' et 'berufskredit' ont été enregistrées en 1994; ces signes sont, de longue date, présents dans une partie substantielle du Benelux et y sont utilisés à titre de marque; l'acquisition des produits étant précédée d'un processus au cours duquel le consommateur s'informe attentivement et en comparant les différents produits, il n'est pas nécessaire que les signes aient atteint une part de marché importante;

- les marques sont présentes sur le marché depuis plus de 90 ans, ce qui implique une consécration par l'usage; en outre il ressort des pièces que les marques ont été intensivement utilisées sur le territoire du Benelux;

- le caractère descriptif doit être apprécié en fonction des produits visés par le dépôt et de la perception par le public intéressé ; ce public pertinent est le consommateur moyen, qui aura cependant un degré d'attention plus élevé dans la mesure où il veille à confier ses économies à des institutions de confiance offrant les meilleures conditions;

- le signe n'est pas exclusivement composé de termes descriptifs vu qu'il est constitué d'une combinaison de termes qui présente, dans son ensemble, un caractère distinctif certain et les services pour lesquels la protection est revendiquée ne sont nullement décrits par la marque: l'adjectif 'professionnel' a plusieurs significations et la marque ne désigne pas l'espèce, la qualité ou la destination des biens et des services concernés.

08. L'Office a maintenu sa position pour les motifs énoncés dans sa lettre du 1^{er} août 2011, qui est également relative aux marques 'BEROEPSKREDIET' et 'BERUFSKREDIT', déposées par la demanderesse en même temps que la marque querellée.

Il maintient d'abord sa position sur le caractère distinctif du signe sur la base de la signification des deux termes 'crédit' et 'professionnel' et de la jurisprudence européenne qui considère qu'il suffit que le signe soit susceptible de désigner une caractéristique dans au moins une de ses significations potentielles. Il indique à cet égard, s'agissant d'un signe qui est composé de deux éléments, qu'à défaut d'écart perceptible entre les mots et la somme des éléments qui le composent, le caractère descriptif reste inchangé.

Dans le cas d'espèce le caractère descriptif est déduit du fait que les produits et services revendiqués concernent des services bancaires ou des crédits qui peuvent être destinés à un

public professionnel ainsi que des produits et services y ayant trait.

S'agissant de l'acquisition du caractère distinctif par l'usage l'Office indique qu'il se déduit des pièces produites que le signe n'est utilisé que sur une partie du territoire du Benelux. Ensuite il considère que vu la compréhension du signe par le public entier du Benelux, le motif de refus existe sur tout le territoire du Benelux et qu'un usage sur une fraction significative de ce territoire n'a pas été démontré.

09. Par un courrier également daté du 1^{er} août 2011 l'OBPI notifiait sa décision de refus définitif.

III. Les positions des parties.

10. Aux termes du dispositif des conclusions de la demanderesse, celle-ci sollicite :

- d'ordonner à l'OBPI de procéder à l'enregistrement de la marque verbale 'CREDIT PROFESSIONNEL' déposée sous le numéro 1213969 :

- à titre principal pour les produits des classes 09, 35 et 36 ;
- à titre subsidiaire pour les produits et services en classes 09 et 35 ;
- à titre très subsidiaire pour les produits de la classe 09.

- de condamner l'OBPI au paiement des frais d'instance, en ce compris une indemnité de procédure de 1.320 EUR.

11. Elle expose que depuis 1996 elle est une banque de droit belge, filiale du Crédit Mutuel Nord Europe, issue de la collaboration avec des caisses régionales de crédit, qu'elle regroupe actuellement, et que son identité est visualisée par l'appellation BKCP.

Pendant tout ce temps la dénomination répandue dans le public a été 'Crédit Professionnel'.

Elle était titulaire de la marque 'CREDIT PROFESSIONNEL BEROEPSKREDIET' jusqu'au 1^{er} décembre 2009, date de son expiration, et la marque contestée a été déposée dans l'optique de rétablir la situation qui existait avant décembre 2009.

12. A titre principal la demanderesse argue qu'en application des principes interprétatifs définis par la CJUE il ne peut être soutenu que le signe 'CREDIT PROFESSIONNEL' est descriptif.

Elle critique notamment l'argumentation de l'Office en ce qu'il s'attarde longuement sur le caractère descriptif des composantes de la marque, alors que l'ensemble doit être pris en considération. S'agissant d'un signe composé et eu égard notamment aux différentes significations du mot 'professionnel', elle estime que la marque présente une divergence par rapport aux règles grammaticales applicables aux termes qui seraient employés pour désigner un produit bancaire destiné à une catégorie de personnes. Elle en déduit qu'il existe un écart perceptible entre le signe et la somme des éléments qui le composent.

En ce qui concerne l'appréciation du caractère descriptif par rapport aux produits et services concernés et au public pertinent, elle estime que le niveau d'attention du consommateur sera plus élevé lorsqu'il s'informe sur des services bancaires.

Le fait que, suivant la jurisprudence de la CJUE il suffit que le signe, dans au moins une de ses significations potentielles, désigne une caractéristique des produits ou services concernés pour que le signe soit considéré comme descriptif, n'exclurait pas que ce caractère ferait défaut lorsqu'il n'y a pas de lien direct et concret entre le signe et les produits. Elle estime que ce lien fait défaut pour chacun des produits et services dans les trois classes pour lesquelles le signe est déposé.

Ensuite elle conteste que le signe soit dépourvu de tout caractère distinctif.

13. En ordre subsidiaire la demanderesse argumente que la marque a acquis un caractère distinctif par l'usage qui en a été fait dans la partie francophone du Benelux.

Elle indique à cet égard que le signe est en tous cas dépourvu de caractère descriptif dans les parties du territoire Benelux qui ne sont pas francophones, le signe 'Crédit Professionnel' étant par ailleurs traduit en néerlandais et en allemand pour les parties linguistiques du Benelux où ces langues sont parlées, alors que ces traductions ne doivent pas être perçues comme des marques.

L'acquisition du caractère distinctif par l'usage étant acquis et le motif de refus n'existant que pour la partie

francophone du territoire du Benelux, le refus d'enregistrement ne se justifierait pas.

14. A titre plus subsidiaire, la demanderesse propose de limiter la liste des produits et services couverts par la marque aux produits et services des classes 9 et 35 qu'elle énumère et par rapport auxquels la marque ne saurait selon elle être considérée comme descriptive.

Il s'agit des cartes de paiement magnétiques et terminaux de paiement en classe 9 et les services en classe 35 qui n'ont aucun rapport avec les services financiers et monétaires.

A titre encore plus subsidiaire elle propose de limiter l'enregistrement aux cartes de paiement et terminaux de paiement, qui n'ont aucun lien intrinsèque avec 'un crédit relatif à la profession'.

15. L'OBPI indique que la marque s'adresse à un public moyen, normalement informé et raisonnablement attentif et avisé, le public cible étant des travailleurs indépendants.

Quant au caractère descriptif du signe en soi, elle fait valoir qu'il se compose de deux éléments qui sont chacun descriptifs et que les deux composantes peuvent décrire la nature ou la destination des services visés aux classes 9, 35 et 36. Selon elle, le public pertinent dans le Benelux peut comprendre cette signification, qu'il soit francophone, néerlandophone ou germanophone, vu la similarité dans les trois langues officielles du Benelux entre les termes 'crédit', 'professionnel' et leurs significations respectives.

Elle argue que l'impression d'ensemble du signe n'est guère différente de celle de ses deux composantes, la juxtaposition des deux mots ne présentant aucun élément inhabituel : il n'y aurait pas d'écart perceptible entre le mot et la somme de ses éléments.

16. Quant au caractère descriptif par rapport aux produits et services concernés et au public pertinent, la défenderesse estime qu'au regard des services en classe 35, le signe 'CREDIT PROFESSIONNEL' sera perçu comme se référant au fait que les services de conseils et d'aide à la direction des affaires permettent notamment l'obtention d'un crédit pour l'exercice de la profession, d'où il suivrait que le signe sera perçu comme pouvant désigner la nature et la destination des services

concernés, à savoir des services prestés dans le cadre de l'octroi d'un crédit pour l'exercice de la profession.

Les services en classe 36 ayant tous un caractère financier, le signe serait perçu comme se référant au fait que les services concernés permettent l'obtention d'un crédit pour l'exercice de la profession ou sont relatifs à un tel crédit accordé.

Pour les produits en classe 9, le signe serait perçu comme se référant au fait que les cartes et terminaux permettent d'effectuer des paiements avec le crédit obtenu pour l'exercice de la profession.

17. Ensuite l'OBPI argumente que le caractère distinctif n'a pas été acquis par l'usage dès lors qu'il n'est pas démontré qu'à la date du dépôt les milieux intéressés ou du moins une fraction significative de ceux-ci identifiaient le signe en tant que marque dans l'ensemble du Benelux, le motif de refus existant sur tout le territoire du Benelux.

Quant aux demandes subsidiaires d'enregistrement partiel, elle oppose que la cour n'est pas compétente pour en connaître dès lors que la demanderesse n'a sollicité à aucun moment devant l'Office un enregistrement limité.

Elle conclut que les deux motifs de refus absolus indiqués dans la décision attaquée s'opposent à l'enregistrement de la marque et demande de déclarer le recours non fondé.

IV. Discussion.

18. La décision attaquée refuse l'enregistrement de la marque déposée aux motifs qu'elle revêt un caractère descriptif et est dépourvue de caractère distinctif. En réalité ce dernier motif ne constitue pas un motif autonome, car il est uniquement déduit du caractère descriptif.

Ensuite elle conteste que le signe ait acquis un caractère distinctif en raison de son usage avant la date de son dépôt, nonobstant son aspect descriptif, en raison de son usage avant la date du dépôt.

19. Le pouvoir distinctif de la marque a trait au pouvoir que revêt le signe d'identifier les produits et services des classes revendiquées par le dépôt comme provenant de l'entreprise de

la demanderesse et donc de les distinguer de ceux provenant d'une autre entreprise (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 pour lesquels l'enregistrement est demandé, soient pris en considération.

Le pouvoir distinctif est acquis lorsque le public pertinent peut, sur la base de la marque et selon ses expériences positives ou négatives qu'il aura eues avec les produits, établir ses choix, soit pour réitérer l'achat, soit pour l'éviter (TUE, arrêt du 12 mars 2008, affaire Compagnie SAS, T-341/06, point 29).

20. Le pouvoir distinctif doit s'apprécier à la lumière de la perception de la marque par le public pertinent.

Ainsi que la demanderesse l'expose, les produits et services visés par le dépôt s'adressent principalement à un public formé par des indépendants, des professions libérales et des PME, des solutions d'épargne et de crédit pour les particuliers n'étant proposées que depuis peu de temps.

Dès lors, le public cible est le consommateur moyen, mais dont le niveau d'attention, s'agissant de services et produits qui concernent son comportement financier (épargne et crédit), sera plus élevé qu'en moyenne.

21. Le caractère distinctif du signe querellé, qui est composé de deux signes verbaux, doit être apprécié dans sa globalité.

Cette approche ne s'oppose toutefois pas à ce que, préalablement à l'appréciation globale, les éléments composant la marque soient successivement pris en considération (CJUE arrêt du 30 juin 2005, affaire Eurocermex, C-286/04, points 22 et 23; CJUE arrêt du 25 octobre 2007, affaire Develey, point 82).

S'agissant d'une marque formée par plusieurs mots pouvant être qualifiés de descriptifs, l'examen du caractère descriptif ne peut s'arrêter à celui de ses composantes, mais doit porter sur l'ensemble (CJUE, arrêt du 19 avril 2007, affaire Celltech, C-273/05, points 77, 78 et 79).

22. Les mots 'crédit' et 'professionnel' qui composent ensemble la marque ont chacun plusieurs significations dans la langue française.

S'agissant du mot 'crédit' les significations les plus répandues dans le public sont sans doute 'la confiance' et 'un prêt'. Le mot 'professionnel' à trait à ce qui est relatif à ou propre à une profession (adjectif) ou à quelqu'un qui exerce une profession (substantif : 'un professionnel').

23. Quand bien même la notion 'crédit professionnel' est inexistante en tant que telle dans la langue française, les deux mots juxtaposés, susciteront un réflexe cognitif et seront compris comme 'un crédit se rapportant à une profession', soit un 'crédit destiné à un professionnel', soit encore un 'crédit dispensé par un professionnel du crédit'.

Si cette juxtaposition des deux mots diffère quelque peu des mots pris individuellement, en ce qu'elle n'est pas grammaticalement correcte, cet éloignement ne crée pas pour autant une distance cognitive significative par rapport à la somme des deux mots dans leur sens le plus répandu.

24. Par rapport aux produits réclamés en classe 9 (*cartes de paiement magnétiques, terminaux de paiement*) et les services en classe 35, qui n'ont en soi aucun rapport avec l'octroi de crédit, que ce soit dans un cadre professionnel ou autre, la marque ne présente pas un lien direct et concret avec ces produits et services que le public cible pourrait percevoir sans autre réflexion.

Le niveau d'abstraction du signe déposé par rapport à ces classes de produits et services étant manifeste, il est apte à distinguer ces produits et services comme provenant de l'entreprise de la demanderesse.

Il en est autrement pour les services réclamés en classe 36, qui à une exception près (expertises fiscales) présentent tous un certain lien avec la fonction ou le système du crédit.

Le niveau d'abstraction dudit signe étant plutôt faible pour les services en classe 36, son pouvoir distinctif l'est également.

Sous réserve du caractère éventuellement descriptif de cette marque, un refus d'enregistrement opposé au motif que la marque serait dépourvue de pouvoir distinctif au sens de l'article 2.11.1. b. ne saurait dès lors se justifier.

25. Conformément à l'article 2.11.1.c. de la CBPI 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 toute autre caractéristique de celui-ci, doit être refusé à l'enregistrement.

Dans ce cas 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).

Eu égard également au but d'intérêt général précité, il y a lieu de considérer que la désignation du produit ou la description d'une de ses caractéristiques doit se rapporter à une caractéristique concrète et objective.

26. 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 à des fins descriptives de 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.

27. Le caractère prétendument descriptif du vocable 'crédit professionnel' doit être examiné à la lumière du langage propre au public cible, qui dans le cas d'espèce est formé par

des consommateurs moyens, mais qui feront preuve d'un niveau d'attention plus élevé.

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 service concerné, sous l'angle d'une de ses caractéristiques, et le sens du signe verbal.

Un refus d'enregistrement ne saurait donc être opposé que s'il est établi que les mots qui composent la marque seront perçus comme fournissant une information quant à la nature ou aux caractéristiques des produits et services visés par la demande d'enregistrement et à leur provenance géographique ou destination.

28. S'agissant des produits en classe 9 et les services en classe 35, les mots qui composent la marque ne fournissent en soi aucune information sur la nature, les caractéristiques ou la destination des produits et services concernés.

En effet les produits '*cartes de paiement magnétiques, terminaux de paiement*' ne présentent aucune caractéristique objective qui puisse être identifiée sur la base des mots 'crédit' ou 'professionnel', pas plus que leur nature, provenance géographique ou destination ne peuvent être mises en rapport avec la signification de ces vocables.

Il n'y a pas lieu non plus d'admettre raisonnablement que dans le futur le signe déposé pourrait acquérir une signification qui renvoie à ce qui a trait auxdits cartes et terminaux, voire auxdits services.

29. Le signe déposé et ses composantes ne sauraient être utilisés aux fins de description d'une caractéristique des produits et services des classes 9 et 35.

Il ne suffit pas qu'un des services en classe 35 puisse également être presté dans le cadre d'une relation contractuelle ayant trait à un service par rapport auquel la marque est considérée comme descriptive, pour qu'il puisse en être déduit que la marque peut servir à décrire une caractéristique des services en classe 35. Si un rapport entre ces derniers services et la marque 'crédit professionnel' était perçu, ainsi que le prétend l'OBPI, il n'aurait pas trait à une caractéristique de ces services, mais à leur éventuelle fonction auxiliaire par rapport à d'autres services, avec lesquels ils ne se confondent pas et dont le signe distinctif ne décrit aucune caractéristique.

30. En revanche, pour ce qui concerne les services en classe 36, il doit être admis que, s'agissant de services bancaires et financiers - à l'exception des expertises fiscales - le mot 'crédit' fournit une indication sur la nature, une caractéristique ou la destination des services.

Il en est de même pour le signe verbal dans son ensemble, dont la cour a par ailleurs constaté que l'ensemble des vocables ne donne pas une impression d'ensemble qui diffère de façon significative des deux mots pris individuellement. Le 'crédit professionnel', tel que cette notion sera comprise par le public cible, fournit une indication sur la nature, une caractéristique ou la destination, au même titre que le terme 'crédit'.

31. La marque dans son ensemble étant descriptive au sens de l'article 2.11.1.c de la CBPI, pour ce qui concerne les services indiqués en classe 36, le motif de refus absolu de cette disposition s'oppose à l'enregistrement, sauf à démontrer que ce signe a acquis du pouvoir distinctif en raison de l'usage qui en avait été fait avant le dépôt.

32. Le principe de l'acquisition du pouvoir distinctif par l'usage est reconnu par l'article 3 §3 de la directive 89/104/CEE du Conseil du 21 décembre 1988 - actuellement la directive 2008/95/CE du Parlement européen et du Conseil du 22 octobre 2008 - et est consacré au niveau du Benelux par l'article 2.28.2 de la CBPI.

Quand à cet usage, ledit article 3 §3 de la Directive a été interprété en ce sens que le caractère distinctif ne peut être acquis par l'usage que s'il est démontré que cet usage a conféré le caractère distinctif dans toute la partie du territoire de l'Etat membre ou, dans le cas du Benelux, dans toute la partie du territoire de celui-ci dans laquelle il existe un motif de refus (CJUE, arrêt du 7 septembre 2006, affaire C-108/05 Bovemij Verzekeringen NV contre Benelux-Merkenbureau, points 22 & 23; CJUE, arrêt du 22 juin 2006, Storck/ OHMI, C-25/05 P, point 83).

La CJUE a en outre décidé, s'agissant d'une marque consistant en un ou plusieurs mots d'une langue officielle d'un Etat membre ou du Benelux, que si le motif de refus n'existe que dans l'une des zones linguistiques de l'Etat membre ou, dans le cas du Benelux, dans l'une des zones linguistiques de

celui-ci, il doit être établi que la marque a acquis par l'usage un caractère distinctif dans toute cette zone linguistique (CJUE, arrêt *Bovemij Verzekeringen*, déjà cité).

Dans la zone linguistique ainsi définie, il y a lieu d'apprécier si les milieux intéressés, ou à tout le moins une fraction significative de ceux-ci, identifient grâce à la marque le produit ou le service en question comme provenant d'une entreprise déterminée.

33. Au regard de la partie du territoire du Benelux dans laquelle un motif de refus existe, il y a lieu de considérer que ce territoire n'est pas limité à la zone linguistique francophone, si le contenu cognitif de la marque déposée peut également être compris par des personnes qui ne sont pas d'expression française.

En effet, les mots 'crédit' et 'professionnel' sont si proches de leur traduction en néerlandais 'krediet' et 'professioneel' que la compréhension de leur signification ne pose pas de problèmes pour le public cible d'expression néerlandaise.

Cette prédisposition cognitive doit également être admise pour le public cible d'expression allemande, dès lors que le mot allemand 'professionell' a la même signification que 'professionnel' et que d'un point de vue visuel 'crédit' et 'kredit' se ressemblent fortement et qu'ils sont identiques du point de vue auditif.

Dès lors le motif de refus existe sur tout le territoire du Benelux.

34. La demanderesse déclare elle-même que le signe 'crédit professionnel' a fait l'objet d'un usage prolongé et intensif dans la partie francophone du Benelux et elle étaye cette assertion par une série de documents publicitaires qu'elle joint à son dossier de pièces.

En revanche, elle ne démontre pas que ce signe a été utilisé dans les zones linguistiques néerlandophones et germanophones du territoire du Benelux.

Il s'ensuit que l'acquisition de la distinctivité de la marque par l'usage n'est pas démontrée pour tout le territoire dans lequel le motif de refus absolu existe.

35. Partant, le caractère descriptif du signe 'crédit professionnel' pour les services en classe 36, s'oppose à son enregistrement pour ces services.

36. La demanderesse n'ayant pas proposé à l'OBPI de limiter le cas échéant l'enregistrement à une partie des produits et services revendiqués par le dépôt, l'Office ne devait pas examiner cette éventualité.

Dès lors que le caractère descriptif du signe pour une partie des services s'opposait à l'enregistrement de la marque et qu'un enregistrement partiel n'était pas envisagé, l'OBPT était tenu de le refuser sans plus.

37. La cour étant tenue d'examiner la demande d'enregistrement telle qu'elle était présentée devant l'Office, elle ne peut prendre en considération une demande subsidiaire tendant à limiter l'enregistrement à certains produits et services, pour lesquels un motif de refus absolu est inexistant.

38. Il suit de ce qui précède que le signe verbal 'CREDIT PROFESSIONNEL' ne peut être enregistré comme marque, tel que visé par le dépôt.

La demande n'est pas fondée.

39. En ce qui concerne la taxation des dépens, les parties n'ont pas fait état d'éléments qui justifieraient une majoration ou une réduction du montant de l'indemnité de base fixée 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 l'indemnité de procédure qui revient à la défenderesse au montant indexé de 1.320 EUR.

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 mais le rejette.

Condamne la demanderesse aux dépens, liquidés à 186 EUR de droits de mise au rôle ainsi qu'au paiement à la défenderesse d'une indemnité de procédure de 1.320 EUR.

Ainsi jugé et prononcé à l'audience publique civile de la chambre 18 de la cour d'appel de Bruxelles le 13 mars 2013,

Où étaient présents :

-M. P. BLONDEEL,
-M. E. BODSON,
-Mme. F. CUSTERS,
-Mme. D. VAN IMPE,

Président,
Conseiller,
Conseiller,
Greffier.


VAN IMPE


CUSTERS


BODSON


BLONDEEL