

CD/LD

Traduction de la pièce

A 82/1/8

CONCLUSIONS DE L'AVOCAT GENERAL KRINGS  
DANS L'AFFAIRE SPRL R.S.L./S.A. CHROMPACK  
-----

Par jugement du 4 février 1982, le président du Tribunal de commerce à Anvers, siégeant en référé, a invité votre Cour, conformément à l'article 6 du Traité relatif à l'institution et au statut d'une Cour de Justice Benelux du 31 mars 1965, à se prononcer sur deux questions d'interprétation de l'article 13-A de la Loi uniforme Benelux sur les marques de produits.

Il ressort du jugement que la société de personnes R.S.L. est titulaire d'une marque "Superox", déposée auprès du Bureau Benelux des marques ; que la S.A. Chrompack Belgique diffuse un imprimé publicitaire appelé "Chrompack News" et mentionnant la marque "Superox".

Le jugement décide qu'il n'y a pas atteinte directe à la marque et que R.S.L. ne soutient pas que Chrompack S.A. ferait un usage illicite de la marque en l'apposant sur des produits qui ne proviendraient pas de son titulaire ; qu'il ressort de la citation introductive, des conclusions et des plaidoiries que R.S.L. fait grief à Chrompack S.A. de mentionner la marque "Superox" dans sa publicité, de vendre ce produit qui provient de R.S.L. et de le faire entrer dans des compositions qu'elle commercialise.

Le jugement déclare que R.S.L. proteste parce que dans l'article publicitaire incriminé paru dans "Chrompack News", la S.A. Chrompack présente le "Superox" comme provenant d'elle-même. A cet égard, le jugement précise que l'imprimé litigieux porte

tout d'abord comme en-tête "Only from Chrompack" et renvoie, à la fin du premier alinéa qui fait immédiatement suite à ce titre, à la page 2 du même journal publicitaire où figure une liste d'un grand nombre de produits chimiques parmi lesquels le "Superox".

Le président du Tribunal de commerce a posé à ce propos les questions ci-après :

1. "Tout emploi", du moins "tout autre emploi dans la vie des affaires" vise-t-il aussi la seule mention de la marque dans des imprimés publicitaires sans l'autorisation du titulaire de la marque, sans l'indication de la provenance du produit ou sans que rien ne montre que le produit ne provient pas de celui qui le cite dans sa publicité ? Le titulaire de la marque peut-il s'opposer à pareilles mentions ?

2. Un produit chimique, utilisé dans des composés, doit-il être réputé avoir subi des altérations en raison de cette utilisation ou s'agit-il là d'une question de pur fait qui n'est pas susceptible d'une réponse abstraite ?

Depuis son instauration, la Cour de Justice Benelux a rendu une série remarquable d'arrêts qui ont permis de préciser, sur un certain nombre de points importants, la portée de la Loi Benelux sur les marques de produits. Toute étude des dispositions de cette loi doit donc être faite au départ des arrêts existants de la Cour afin de ne pas s'écarter de la voie tracée par cette jurisprudence.

La première question posée à la Cour se rapporte aussi bien à l'article 13-A-1 qu'à l'article 13-A-2.

Concernant ces dispositions, la Cour a rendu cinq arrêts apportant des éclaircissements sur une série de points.

L'arrêt du 1er mars 1975 (A 74/1) (1) en cause Colgate-Palmolive/N.V. Bols, également dénommé arrêt Klarein, se rapporte à l'article 13-A-2.

La première question à laquelle la Cour répondit alors était celle de savoir si, lorsqu'il est fait usage de la marque ou d'un signe ressemblant pour une autre sorte de produits que ceux pour lesquels la marque est enregistrée, l'article 13-A-2 exige pour l'opposition du titulaire de la marque à tout emploi de celle-ci ou d'un signe ressemblant :

- 1) que cet emploi porte atteinte au pouvoir distinctif de la marque
- 2) que cet emploi entraîne un danger de confusion dans l'esprit du public concernant l'origine des produits ou qu'il soit indûment tiré avantage de la renommée de la marque dont on invoque la protection.

Votre Cour y a répondu par la négative en considérant entre autres qu'il y avait "attribution à la marque, sous le nouveau régime uniforme, d'un champ de protection plus large que celui nécessaire à protéger la marque contre une atteinte à son pouvoir distinctif et à prévenir le danger d'une confusion dans l'esprit du public concernant l'origine des produits".

./.

---

(1) Recueil de jurisprudence de la Cour de Justice Benelux, 1975-1979, pp. 3 e.s.

Il s'ensuit qu'au sens de la disposition 13-A-2, aucune autre condition n'est imposée que celle d'un emploi qui se fait a) dans la vie des affaires ; b) sans juste motif et c) en des circonstances susceptibles de causer un préjudice au titulaire de la marque.

Dans ses conclusions précédant l'arrêt, l'avocat général Berger souligne que depuis une cinquantaine d'années, à côté de "la fonction de la marque comme désignation de l'origine" (pouvoir distinctif) la "fonction d'individualisation de la marque n'a cessé de s'accentuer. L'autonomie de la marque s'est développée" (1), si bien que "sa fonction publicitaire ainsi acquise, la marque a pris valeur autonome" (2), et il fait référence à cet égard à d'éminents auteurs tels que Van Nieuwenhoven Helbach (3), Bodenhausen (4), Drion (5), Martens (6).

Bien que l'arrêt du 1er juin 1978 (7) en cause MÖlnlycke/Satoma se rapporte à un tout autre problème, il faut en retenir que dans la motivation, la Cour a donné une définition de la notion de "ressemblance", qui détermine la protégée de la législation, à savoir qu'il est question d'un signe ressemblant à une marque lorsque la présentation de ce signe peut prêter à confusion sur l'origine des produits.

./.

---

(1) Recueil de jurisprudence 1975-1979, p. 17

(2) id., p. 18

(3) id., p. 16

(4) id., p. 17

(5) id., p. 18

(6) id., p. 18

(7) Recueil de jurisprudence 1975-1979, p. 133

Cette décision fut prise sur les conclusions conformes de Monsieur l'avocat général Berger (1).

Cette définition a ensuite fait l'objet de développements dans l'arrêt du 29 juin 1982 (2) en cause Hagens/Neimeyer, dans lequel la Cour a été amenée à interpréter le mot "emploi". L'emploi constitue, dans le cadre de l'article 13, l'usage de la marque ou du signe par une personne concernant ses propres marchandises ou services, pour en favoriser le commerce ou la prestation, ou pour désigner sa propre entreprise.

Quant au très récent arrêt du 5 octobre 1982 (3), il a mis en lumière la relation entre le pouvoir distinctif et l'étendue de la protection de la marque. Plus est faible le pouvoir distinctif du signe, plus est faible dans l'esprit du public l'association entre le signe et les produits et plus s'affaiblit donc aussi la protection à reconnaître au signe.

Enfin, l'arrêt du 6 juillet 1979 (4) en cause Pfizer/Meditec s'inscrit dans la même ligne que l'arrêt ci-dessus et interprète l'expression "s'opposer" en ce sens qu'elle comporte, entre autres, l'interdiction d'employer la marque, soit tout ce que le titulaire de la marque n'a pas autorisé. Il en fut déduit que l'alinéa 3 de l'article 13-A constituant une exception à l'alinéa 1er, c'est-à-dire une exception au droit du titulaire de la marque de s'opposer à tout emploi, la charge de la preuve quant aux faits relevant de cette exception incombe à quiconque entend s'en prévaloir (5).

---

(1) Recueil jurisprudence 1975-1979, p.p. 148-149

(2) Encore inédit

(3) " "

(4) Recueil jurisprudence 1975-1979, p. 191

(5) Conclusions avocat général Rouff, Recueil jurisprudence 1975-1979, p. 211, avec référence à Van Bunnem, Rapport belge, VII Congrès international de droit comparé, p. 211.

En parcourant cette jurisprudence, on constate que la Cour a donné une très large interprétation de la notion d'"emploi".

L'emploi tel qu'il est interprété par la Cour ne représente pas seulement l'emploi concernant le pouvoir distinctif de la marque, mais aussi tout emploi intéressant les autres fonctions imparties à la marque dans la vie des affaires. On songe entre autres à la fonction publicitaire qui confère valeur autonome à la marque (1).

De là la nécessité d'interpréter très largement la disposition de l'article 13 qui est relatif aux atteintes au droit à la marque, tant en ce qui concerne son littera A-1 que son littera A-2.

Si en vertu de l'article 13-A-1, le titulaire de la marque peut s'opposer à tout usage de la marque pour des produits de même nature, encore qu'il ne doive pas rapporter la preuve d'un quelconque préjudice (2), il peut aussi, en vertu de l'article 13-A-2, s'opposer à tout autre emploi de la marque, même pour des produits non similaires, non seulement en raison de l'atteinte au pouvoir distinctif de la marque mais aussi en raison de l'atteinte aux autres fonctions de la marque dans la vie des affaires, tels la fonction publicitaire, le pouvoir d'inciter à l'achat, etc. Dans ces derniers cas toutefois, la preuve du préjudice doit être rapportée et le responsable ne pourra se justifier qu'en démontrant l'existence dans son chef d'un juste motif.

./.

---

(1) Voir Eekman, note sous l'arrêt du 1er mars 1975, Rechtsk. Weekbl. 1974-1975, col. 2081, 2082 et 2083

(2) Cette thèse ne semble pas être partagée par Mme Deliège-Sequaris, La protection de la marque selon l'article 13 A de la loi Benelux, Ing. Cons. 1979, p. 204, mais elle rejoint les vues exprimées, entre autres, par A. Braun, Précis des marques de produits, n° 229, p. 190.

Il apparaît dès lors que dans l'interprétation que la Cour a donnée de l'article 13-A, seul le titulaire de la marque peut en faire usage, sous réserve toutefois des restrictions prévues au littera A-2.

Ainsi donc, lorsqu'un tiers diffuse des imprimés comportant des annonces où figure la marque du titulaire, sans l'autorisation de celui-ci, sans l'indication de la provenance du produit ou sans que rien n'indique que le produit ne provient pas de celui qui le cite dans sa publicité, le titulaire de la marque peut s'opposer à cet emploi en vertu de l'article 13-A-2, pour autant qu'il prouve le préjudice qu'il pourrait subir et à condition que le tiers ne puisse pas faire valoir un juste motif. De plus, il ressort des termes mêmes de la question posée que l'emploi se fait certainement dans la vie des affaires de sorte que de ce point de vue, il ne peut y avoir de doute quant à l'applicabilité de la disposition de l'article 13-A-2.

Il convient de souligner que la Cour n'est pas invitée à donner l'interprétation de la notion de "préjudice" ni de celle de "juste motif" de sorte que la Cour est dispensée d'apporter à ce sujet d'autres précisions. Ces questions ont d'ailleurs déjà été examinées dans l'arrêt du 1er mars 1975 et peut-être le tribunal y trouvera-t-il suffisamment d'éléments de réponse.

o

o

o

La deuxième question posée par le président du tribunal se rapporte à l'article 13-A-alinéa 3 (et non à l'alinéa 5, auquel le jugement se réfère par erreur).

Cette disposition énonce le principe selon lequel lorsqu'un produit a été vendu, le titulaire de la marque n'a pas le droit de s'opposer à son emploi par les acquéreurs et les sous-acquéreurs, pour autant que l'état des produits n'a pas été altéré.

C'est ce que l'on a coutume de désigner par le terme "épuisement" du droit du titulaire. (1)

Mais le droit du titulaire s'éteint-il à la suite de la vente du produit ?

Pareille conclusion serait peut-être excessive étant donné l'interprétation donnée par la cour des dispositions légales et qui vient d'être rappelée, au sujet des fonctions diverses de la marque. La marque ne possède pas seulement un pouvoir distinctif, elle entretient aussi un rapport direct avec les qualités du produit, avec le pouvoir d'inciter à l'achat, avec les garanties de qualité qu'elle confère au produit vendu.

En conséquence, si le produit qui est revendu par l'acquéreur n'est plus conforme à l'état qu'il présentait au moment de sa commercialisation par le titulaire de la marque, cela peut signifier en fait que le produit ne répond plus aux caractéristiques garanties par la marque, ce qui est susceptible de causer un préjudice au titulaire.

./.

---

(1) Braun, Loc.cit. pp. 170 et 171.



Une réserve s'impose toutefois ici pour les produits de seconde main vendus en tant que tels mais qui ont conservé la marque originale du fabricant.

Le législateur n'a manifestement pas voulu soumettre ce type de commerce au droit d'opposition du fabricant titulaire de la marque.

L'acheteur sait d'ailleurs dans ce cas qu'il a affaire à des produits d'occasion, qui présentent déjà une certaine usure et n'offrent donc plus toutes les garanties de produits neufs.

La limite mise à l'épuisement du droit du titulaire n'est donc pas d'application aux produits d'occasion, même réparés et nettoyés par le revendeur, à condition toutefois qu'il soit fait état de la circonstance qu'il s'agit de produits d'occasion.

Ce qui précède conduit à conclure tout d'abord que la question de savoir si l'état d'un produit se trouve altéré au point de ne plus répondre aux qualités garanties par la marque constitue en principe une question de fait réservée à la seule appréciation du juge du fond.

Lorsqu'un produit est utilisé par un acquéreur comme matière première ou comme demi-produit pour confectionner un produit propre, il est possible qu'en raison de cette utilisation, certaines caractéristiques du produit original se perdent, de sorte que cet acquéreur agirait indûment s'il faisait référence, pour vanter les mérites de sa propre production, aux qualités des matières premières de marque qu'il a mises en oeuvre.

Aussi le titulaire de la marque pourrait-il s'opposer à ces agissements. Mais à cet égard, la question posée n'est naturellement susceptible que d'une réponse in concreto.

In abstracto, il ne peut y être répondu qu'en ce sens que lorsque l'acquéreur utilise le produit de marque en combinaison avec d'autres produits pour confectionner un produit propre, le titulaire de la marque ne peut s'opposer à cet emploi de la marque que dans la mesure où en raison de cette utilisation, les caractéristiques et la qualité de la matière première sont altérées.

Bruxelles, le 15 décembre 1982

l'Avocat général

E. KRINGS