

# INPI, 4 juillet 2008, 08-0461

## Synthèse

**Juridiction** : INPI

**Numéro affaire** : 08-0461

**Domaine de propriété intellectuelle** : OPPOSITION

**Marques** : EMOTIONS ; BACK STAGE EMOTION

**Classification pour les marques** : 35

**Numéros d'enregistrement** : 3194072 ; 3533708

**Parties** : VOYAGES KUONI SA / PATRICK E ALPHONSE G

## Texte

OPP 08- 461 / JM

Le 04/07/2008

DECISION

STATUANT SUR UNE OPPOSITION

\*\*\*\*

LE DIRECTEUR GENERAL DE L'INSTITUT NATIONAL DE LA PROPRIETE INDUSTRIELLE ;

Vu le Code de la propriété intellectuelle et notamment ses articles L. 411-4, L. 411-5, L. 712-3 à L. 712-5, L. 712-7, L. 713-2, L. 713-3, R. 411-17, R. 712-13 à R. 712-18, R. 712-21, R. 712-26 et R. 718-2 à R. 718-4 ;

Vu l'arrêté du 31 janvier 1992 relatif aux marques de fabrique, de commerce ou de service ;

Vu l'arrêté du 24 avril 2008 relatif aux redevances de procédures perçues par l'Institut national de la propriété industrielle.

I.- FAITS ET PROCEDURE

Monsieur Patrick E et Monsieur Alphonse G ont déposé, le 24 octobre 2007, la demande d'enregistrement n° 07 3 533 708 portant sur le sig ne verbal BACK STAGE EMOTION.

Le 30 janvier 2008, la société VOYAGES KUONI SA (société anonyme) a formé opposition à l'enregistrement de cette marque sur la base de la marque verbale EMOTIONS déposée le 15 novembre 2002 et enregistrée sous le n° 02 3 194 072.

A l'appui de son opposition, la société opposante fait valoir les arguments suivants :

Sur la comparaison des services

Les services de la demande d'enregistrement contestée sont, pour partie, identiques et similaires à ceux invoqués de la marque antérieure.

Sur la comparaison des signes

La société opposante invoque l'imitation de la marque antérieure par le signe contesté. L'opposition a été notifiée le 7 février 2008 aux titulaires de la demande d'enregistrement contestée. Il leur était précisé qu'un délai de deux mois à compter de la réception de cette notification leur était imparti pour présenter des observations en réponse à l'opposition.

Aucune observation en réponse à l'opposition n'ayant été présentée à l'Institut dans le délai imparti, il y a lieu de statuer sur celle-ci.

## II.- DECISION

Sur la comparaison des services

CONSIDERANT que l'opposition porte sur les services suivants : « diffusion de matériel publicitaire (tracts, prospectus, imprimés, échantillons). Transport ; organisation de voyages ; informations en matière de transport ; réservation pour les voyages. Divertissement ; activités sportives et culturelles ; informations en matière de divertissement ou d'éducation ; services de loisir ; publication de livres ; services de photographie ; organisation d'expositions à buts culturels ou éducatifs ; réservation de places de spectacles » ;

Que la marque antérieure a été enregistrée notamment pour les services suivants : « organisation de voyages, services d'agence de voyages ».

CONSIDERANT que les services suivants : « Transport ; organisation de voyages ; informations en matière de transport ; réservation pour les voyages. Divertissement ; activités sportives et culturelles ; informations en matière de divertissement ou d'éducation ; services de loisir ; organisation d'expositions à buts culturels ou éducatifs ; réservation de places de spectacles » précités de la demande d'enregistrement contestée apparaissent identiques et similaires aux services invoqués de la marque antérieure, ce qui n'est pas contesté par le déposant.

CONSIDERANT en revanche que les services de « diffusion de matériel publicitaire (tracts, prospectus, imprimés, échantillons) » qui désignent des services de publicité destinés à faire

connaître une marque par le biais de messages publicitaires et la distribution d'échantillons, ne présentent pas le même objet et n'apparaissent pas unis par un lien étroit et obligatoire aux services d'« organisation de voyages, services d'agence de voyages » de la marque antérieure, dès lors que la prestation des premiers n'a pas nécessairement les seconds pour objet, lesquels ne sont pas nécessairement, ni exclusivement fournis à des fins publicitaires ;

Qu'en décider autrement, alors que le libellé de la demande d'enregistrement ne comporte aucune précision, reviendrait aujourd'hui à considérer comme similaires aux services précités de la marque antérieure une infinité de services dès lors qu'ils ont recours à la publicité ;

Que ces services ne sont donc pas similaires, le public ne pouvant leur attribuer une même origine.

CONSIDERANT que les « services de photographie » de la demande d'enregistrement contestée ne sont pas nécessairement inclus dans les services d'« organisation de voyages, services d'agence de voyages » de la marque antérieure, contrairement à ce que soutient la société opposante ;

Que si les prestataires des services d'« organisation de voyages, services d'agence de voyages » peuvent être amenés à fournir des photographies dans le cadre des séjours qu'ils organisent, cela ne constitue qu'une activité accessoire qui ne saurait en tout état de cause être assimilée au « services de photographie », lesquels sont rendus par des prestataires spécialisés (photographes) ;

Que ces services ne sont donc pas similaires, le public n'étant pas fondé à leur attribuer une origine commune ; CONSIDERANT de même, que les services de « publication de livres » de la demande d'enregistrement contestée, qui s'entendent des prestations visant la mise à disposition de livres rendues par des éditeurs ou imprimeurs, n'ont manifestement pas les mêmes objet et destination que les services d'« organisation de voyages, services d'agence de voyages » de la marque antérieure, contrairement à ce que soutient la société opposante ;

Qu'il ne saurait suffire pour les déclarer similaires, que les agences de voyages soient susceptibles de faire éditer des guides pour présenter leurs activités, cette prestation ne constituant qu'une activité accessoire qui ne saurait en tout état de cause être assimilée aux services de « publication de livres » rendus par des maisons d'édition ;

Que ces services ne sont donc pas similaires, le public n'étant pas fondé à leur attribuer une origine commune ;

CONSIDERANT en conséquence, que les services de la demande d'enregistrement contestée, objets de l'opposition, sont pour partie identiques et similaires aux services invoqués de la marque antérieure.

Sur la comparaison des signes

CONSIDERANT que la demande d'enregistrement contestée porte sur le signe verbal BACK STAGE EMOTION, présenté en lettres majuscules d'imprimerie droites, grasses et noires.

Que la marque antérieure porte sur le signe verbal EMOTIONS, présenté en lettres majuscules d'imprimerie droites, grasses et noires.

CONSIDERANT que la société opposante invoque l'imitation de la marque antérieure par le signe contesté.

CONSIDERANT que l'imitation nécessite la démonstration d'un risque de confusion entre les signes, lequel doit être apprécié globalement à partir de tous les facteurs pertinents du cas d'espèce ; que cette appréciation globale doit, en ce qui concerne la similitude visuelle, auditive ou conceptuelle des marques en cause, être fondée sur l'impression d'ensemble produite par les marques, en tenant compte notamment de leurs éléments distinctifs et dominants.

CONSIDERANT que si les signes en cause ont en commun la dénomination EMOTION (au pluriel dans la marque antérieure), cette circonstance ne saurait toutefois suffire à créer un risque de confusion entre les deux signes, pris dans leur ensemble ;

Qu'en effet, le terme EMOTION(S), seul élément constitutif de la marque antérieure, se trouve, dans le signe contesté, précédé, sur une même ligne dans des caractères de même taille, des éléments BACK STAGE, pour former une expression anglo-saxonne ;

Qu'à cet égard, rien ne permet d'affirmer que les termes BACK STAGE, dont la traduction (coulisse, arrière-scène) qui n'apparaît pas évidente pour le consommateur français d'attention et de culture moyennes est sans rapport avec les services visés, ne font que mettre en valeur le terme EMOTION, contrairement à ce que soutient la société opposante ; qu'en tout état de cause, les termes BACK STAGE présentent un caractère distinctif pour les services visés ;

Qu'enfin, l'impression d'ensemble produite par les marques est différente, tant visuellement que phonétiquement, la présence des termes BACK STAGE dans le signe contesté engendrant d'importantes différences de structure et de physionomie ainsi que de rythme et de sonorités entre les deux signes.

CONSIDERANT que le signe contesté ne constitue donc pas l'imitation de la marque antérieure et ne sera ainsi pas perçu comme une déclinaison de celle-ci. CONSIDERANT que si le risque de confusion doit être apprécié en tenant compte de tous les facteurs pertinents du cas d'espèce et notamment de la connaissance de la marque antérieure sur le marché, il n'est cependant pas démontré par la société opposante que la marque antérieure invoquée jouirait d'une notoriété pour les services en présence, permettant en l'espèce d'apprécier plus largement le risque de confusion.

CONSIDERANT enfin que s'il est vrai que l'appréciation globale du risque de confusion implique une certaine interdépendance entre les facteurs pris en compte, de sorte qu'un faible degré de similitude entre les signes puisse être compensé par l'identité des services ou un degré élevé de similarité entre eux, encore faut-il qu'il existe un risque de confusion entre les signes, ce qui n'est pas le cas en l'espèce.

CONSIDERANT en conséquence, qu'en raison de l'absence d'imitation de la marque antérieure

par le signe contesté, il n'existe pas globalement de risque de confusion sur l'origine, et ce nonobstant l'identité et la similarité de certains des services.

Qu'ainsi, le signe verbal contesté BACK STAGE EMOTION peut être adopté comme marque pour les services désignés, sans porter atteinte aux droits antérieurs de la société opposante sur la marque verbale EMOTIONS.

PAR CES MOTIFS

DECIDE

Article unique : L'opposition n° 08-461 est rejetée.

Marie JAOUEN, juriste Pour le Directeur général de l'Institut national de la propriété industrielle

Christine B, Chef de groupe