

Copie
art. Avis
Exempt du droit de greffe - art. 280,2° C.Enr.

F 224



Numéro du répertoire 2015 / 6112
Date du prononcé 10 septembre 2015
Numéro du rôle 2013/AR/174

Expédition

Délivrée à	Délivrée à	Délivrée à
le € CIV	le € CIV	le € CIV

Non communicable au
receveur

Arrêt définitif
Réformation décision

Cour d'appel Bruxelles

Arrêt

9ème chambre b
affaires civiles

Présenté le 15 SEP. 2015
Non enregistrable D'HOOGHE K. <i>[Signature]</i>

COVER 01-00000269820-0001-0018-01-01-1



185

En cause de :

La S.A. ALUPRO,

dont le siège social est établi à 6530 THUIN, rue des Essarts S/N Zoning Industriel, inscrite à la Banque Carrefour des Entreprises sous le numéro 0862.800.746,
partie appelante,

représentée par Maître Philippe DE WISPELAERE, avocat à 7000 MONS, Place des Chasseurs-à-pied 4,

Contre :

La S.P.R.L. ALU4PRO,

dont le siège social est établi à 3012 WILSELE, Wijgmaalsesteenweg 32, inscrite à la Banque Carrefour des Entreprises sous le numéro 842.090.652,
partie intimée,

représentée par Maître Audrey ADAM loco Eric BOIGELOT, avocat à 1000 BRUXELLES, Rue du Sablons 13,

I. La décision attaquée

L'appel est dirigé contre le jugement prononcé le 19 décembre 2012 par le tribunal de commerce de Nivelles.

PAGE 01-00000269820-0002-0018-01-01-4



Les parties ne produisent pas d'acte de signification de ce jugement.

II. La procédure devant la cour

La SA Alu Pro a déposé sa requête d'appel au greffe de la cour, 28 janvier 2013

L'appel, régulier en la forme, et interjeté dans le délai légal, est - partant - recevable.

La procédure est contradictoire.

Il est fait application de l'article 24 de la loi du 15 juin 1935 sur l'emploi des langues en matière judiciaire.

III. Les faits et antécédents de la cause

1. Alu Pro est active dans le secteur professionnel de châssis en aluminium, profils et quincaillerie sous la dénomination « ALU PRO », et ce depuis plusieurs années.

Elle a son siège à Thuin et semble-t-il la partie la plus importante de sa clientèle serait située en Province de Hainaut mais elle a aussi des clients en Province de Brabant Wallon et dans la Région de Bruxelles-Capitale, voire ailleurs.

2. Alu 4 Pro est active dans la fabrication et l'assemblage de châssis en aluminium, sous la dénomination « ALU 4 PRO ».



Son siège social est situé à Overijse et dispose d'un siège d'assemblage à Nivelles.

3. Le 22 mai 2012, le conseil d'Alu Pro a informé Alu 4 Pro que sa cliente considérait que l'usage de la dénomination « ALU 4 PRO » constituait un acte déloyal contraire aux pratiques commerciales honnêtes par la confusion dommageable avec sa propre dénomination et a été mise en demeure de cesser tout usage des termes ALU et PRO et de modifier sa dénomination commerciale, et ce sous peine d'une action en cessation.

Le 29 mai 2012, le conseil d'Alu 4 Pro relève que les parties sont distantes de près de 50 kilomètres, qu'elles ne prospectent pas la même clientèle et que le secteur d'activité est différent et lui demande de différer toute action en justice prématurée.

4. Le 16 octobre 2012, Alu Pro cite en cessation devant le président du tribunal de commerce de Nivelles afin de, ainsi que relaté par le premier juge, d'ordonner à Alu 4 Pro la cessation immédiate de tout usage quelconque des termes ALU et PRO, notamment dans les publicités, bons de commande, contrats, lettres et documents divers, sous quelque forme que ce soit, matériel ou informatique, y compris l'Internet, de lui voir enjoindre de modifier sans délai sa dénomination sociale en supprimant les termes ALU et PRO et la condamner en cas de non exécution de la décision à intervenir à une astreinte journalière de 750€. Elle demande aussi la publication du jugement dans quatre quotidiens locaux et deux quotidiens nationaux.

Alu 4 Pro conclut à titre principal au non fondement de la demande et à titre subsidiaire au rejet de la demande de publication.

Le premier juge déboute Alu Pro de sa demande et la condamne aux dépens.



108

5. Devant la cour :

➤ Alu Pro demande de :

Dire l'appel recevable et fondé.

Mettre à néant la décision a quo.

Ordonner à l'intimée la cessation immédiate de tout usage quelconque des termes ALU et PRO, notamment dans les publicités, bons de commande, contrats, lettres et documents divers, sous quelque forme que ce soit et sur quelque support que ce soit, matériel ou informatique, y compris l'internet.

Enjoindre à l'intimée de modifier sans délai sa dénomination sociale en en supprimant les termes ALU et PRO.

Condamner l'intimée en cas de non-exécution des injonctions et ordres du tribunal, à l'expiration d'un ultime délai à fixer, à une astreinte journalière de 750 €.

Autoriser la publication du jugement à intervenir dans 4 quotidiens locaux ou éditions locales, et dans deux quotidiens nationaux, aux frais de la partie intimée, lesdits frais étant récupérables sur simple production des justificatifs de paiement, quittances ou autres.

Donner acte à la concluante de ses réserves relativement à l'intentement de poursuites distinctes visant à obtenir l'indemnisation des préjudices subis.

Condamner l'intimée aux frais et dépens de la procédure

Alu Pro a déposé un état de liquidation des dépens comme suit :

citation et rôle	261,93 €
ind. proc. de base	1.320,00 €
requête d'appel	210,00 €
ind. proc. de base	1.320,00 €
TOTAL	3.111,93 €

┌ PAGE 01-00000269820-0005-0018-01-01-4 ─┐



➤ Alu 4 Pro demande de :

A titre principal, déclarer la requête d'appel recevable mais non fondée;

En conséquence, en débouter la partie appelante et confirmer en tout point le jugement dont appel ;

A titre subsidiaire, de déclarer la demande de publication non fondée ;

En toute hypothèse, condamner l'appelante aux dépens d'appel, en ce compris l'indemnité de procédure visée à l'article 1022 du Code judiciaire et 2, 3 et 8 de l'arrêté royal du 26 octobre 2007, soit en l'espèce 1.320 € (taux de base indexé) augmentés des intérêts légaux à dater du prononcé de l'arrêt à intervenir (Cass. 24 septembre 1953, Pas., 1954, I, p. 36 et Cass., 30 mars 2001, Pas., 2001, I, p. 541) ;

V. DISCUSSION

6. Alu Pro invoque les moyens suivants :

- 1. Violation de l'article 65 du Codes des Sociétés et aussi des articles 95 et suivants de la loi du 6 avril 2010 sur les pratiques du marché ;
- 2. Violation de la loi du 6 avril 2010 sur les pratiques du marché : articles 99 à 91, 95, 96 « notamment » mais sans autre précision quant à cette réserve (devenues les dispositions du livre VI, chapitre 2, articles 104 à 109 du Code de Droit Economique).

7. A titre préalable, il y a lieu de préciser que le juge des cessations commerciales est compétent pour connaître d'une atteinte à un nom commercial ou à une dénomination sociale (Bruxelles (8e ch.) 23 novembre 2004, Ing.-Cons. 2004, liv. 4, 450).



fo

8. Il faut aussi rappeler qu'une société est identifiée par sa raison sociale, alors que le nom commercial est le nom sous lequel une personne morale participe aux échanges commerciaux. La distinction est importante étant donné que la protection du droit à la raison sociale et celle du droit au nom commercial sont soumises à des règles juridiques différentes (Bruxelles 19 octobre 1993, R.W. 1993-94, 884).

Quant au premier moyen

9. Alu Pro précise qu'indépendamment de son action sur pied de l'article 95 de la LPMC, elle invoque également le moyen pris de l'article 65 du Code des Sociétés qui dispose que « *chaque société est désignée par une dénomination sociale qui doit être différente de celle de toute autre société. Si elle est identique, ou si la ressemblance peut induire en erreur, tout intéressé peut la faire modifier et réclamer des dommages-intérêts, s'il y a lieu (...).* »

a. Les principes

10. Le droit à la dénomination sociale appartient en effet à son premier utilisateur (Bruxelles (9e ch.) 28 juin 2001, J.T. 2002, 49)

L'utilisation du nom comme dénomination sociale est opposable aux tiers par sa publication au Moniteur Belge (Bruxelles 11 février 2003, I.R. D.I. 2003, liv. 2, 161).

La protection des dénominations sociales (fondée sur l'art. 28 L.C.S.C.) et celle des noms commerciaux basée sur la loi sur les pratiques du commerce obéissent à des règles différentes. Le risque de confusion que ferait naître une dénomination sociale doit, en effet,



sol

s'apprécier abstraitement d'après la seule considération des dénominations en présence. Tandis que la partie qui fonde sa demande sur les pratiques du commerce doit démontrer *in concreto* la confusion ou le risque de confusion résultant de l'utilisation de la dénomination sociale à laquelle elle prétend mettre fin, étant acquis que dans ce cadre, l'objet social, la nature de la clientèle, l'aire d'exploitation commerciale doivent être pris en considération (Liège 6 novembre 1998, DAOR 2000, 387).

La confusion au sens de l'art. 65 du Code des sociétés doit en principe être appréciée au regard des dénominations en soi, ce qui signifie que seule l'impression globale est pertinente, et non les éléments composant ces dénominations qui pourraient se ressembler (Bruxelles 29 mai 2001, Annuaire Pratiques du commerce & Concurrence 2001, 452)

2. En l'espèce

11. Alu Pro a débuté ses activités le 20 janvier 2004 et Alu Pro, le 23 décembre 2011.

Alu Pro est donc fondée, par le fait qu'elle est le premier utilisateur, à agir en cessation.

12. Il y a lieu de relever que les statuts des deux sociétés donnent pour activité sociale :

- Alu Pro : la confection de menuiserie métallique ; pas de zone géographique spécifiée mais il peut en être inféré que celle-ci s'étend à tout le moins à la Belgique, faute de données plus restrictives la limitant à une région ;
- Alu 4 Pro : notamment, le commerce en gros et en détail de châssis, des portes et des profils en plastique PVC, en aluminium et en bois ; zone géographique : Belgique et étranger.

Il y va donc du même secteur d'activité.

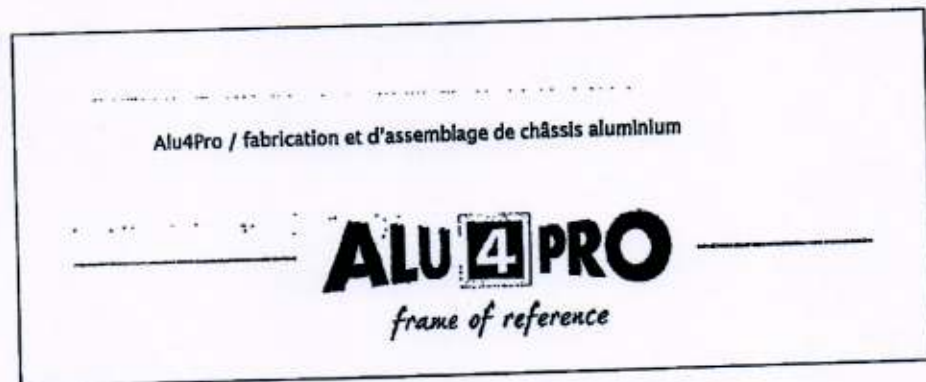


fol

13. L'impression globale donne une impression de similitude entre Alu Pro et Alu 4 Pro, d'autant plus que le chiffre « 4 » est destiné – ainsi qu'il résulte des plaidoiries – à être lu comme « four » (« 4 » en anglais).

C'est uniquement pour essayer de tenter de justifier sa dénomination qu'Alu 4 Pro soutient qu'en fait « 4 » doit s'entendre phonétiquement comme « for », signifiant « pour ».

Or, la présentation de son logo ne laisse aucun doute quant à l'interprétation contraire à ce qu'elle prétend.



Rien dans celui-ci n'assimile « 4 » à « pour ».

14. Il résulte de ce qui précède qu'il existe une ressemblance entre les dénominations qui peut clairement induire en erreur de telle sorte que le moyen relatif à l'article 65 du Code des sociétés et fondé.

Il devient inopérant d'examiner celui relatif à la violation de la LPMC puisqu'il ne pourrait permettre d'aboutir à modifier la solution retenue ci-avant.



Quant au second moyen

15. Il n'est pas contesté que la dénomination sociale d'Alu 4 Pro est aussi sa dénomination commerciale.

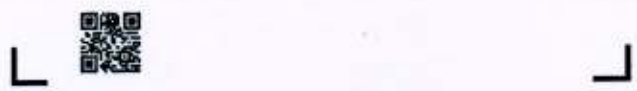
a. les principes

16. Le nom commercial doit en effet être entendu comme un signe sous lequel un commerçant personnalise l'entreprise sur le plan juridique ainsi qu'à l'égard de la clientèle (A. Braun, Précis des marques, Larcier 2004, p. 181, n° 148).

Il s'agit du nom sous lequel elle est connue du public.

Le nom commercial est le nom, revêtant une fonction distinctive et publicitaire, sous lequel une entreprise est connue et/ou exploitée. Le nom commercial est protégé sur le territoire où une utilisation publique en est faite. Le droit au nom commercial naît par sa première utilisation publique (Gand 4 janvier 2010, J.D.S.C. 2011, 98).

Le nom commercial ou la dénomination commerciale est le nom sous lequel l'entreprise commerciale menée par une personne physique ou morale, est connue où exploitée. C'est sous ce nom que le commerçant exerce son commerce et participe à la vie des affaires. Le nom commercial sert d'abord à distinguer l'entreprise commerciale, ainsi que ses produits et services, des autres entreprises semblables. Il correspond, le cas échéant, à la dénomination sociale ou nom de société (...). Le nom commercial a deux fonctions : non seulement la fonction distinctive précitée mais aussi une fonction publicitaire (P. Maeyaert, « Conflits



entre marques, dénominations sociales, noms commerciaux et nom de domaine », Droits intellectuels : à la rencontre d'une stratégie pour l'entreprise, Bruylant, 2002, p.260).

La protection accordée au nom commercial, qui est basée sur l'art. 8 de la Convention de Paris du 14 juillet 1967 pour la protection de la propriété industrielle n'a pas trait à des droits exclusifs. Elle a cours dans le cadre du maintien de relations correctes entre les acteurs du marché. Il y a usage illicite du nom commercial si un risque concret de confusion se crée suite à l'usage d'une dénomination identique ou correspondante. Ce risque de confusion naît si l'on peut raisonnablement considérer que ceux à qui les concurrents s'adressent ne peuvent les distinguer, et qu'ils prendraient donc l'un pour l'autre. La confusion peut être le résultat de la ressemblance entre les noms eux-mêmes, de la nature des activités commerciales et du territoire où elles sont exercées, ces facteurs devant être présents cumulativement pour qu'il y soit porté atteinte au droit. Le simple fait que les publics-cibles puissent associer les deux dénominations n'est donc pas pertinent. Ce n'est qu'à partir du moment où le lien associatif est si fort que les publics-cibles attribuent des liens inexistantes aux utilisateurs des dénominations, qu'il y a usage illicite du droit à la dénomination, pour autant que les facteurs mentionnés soient présents cumulativement (Bruxelles 29 mai 2001, Annuaire Pratiques du commerce & Concurrence 2001, 452).

La Convention d'Union de Paris pour la protection de la propriété industrielle accorde à l'utilisateur d'un nom commercial une certaine protection quant à ce nom. La protection ne confère pas de droits exclusifs, mais vaut dans le cadre du maintien de relations correctes à l'égard des adversaires dans la concurrence.

Dans le cas d'un nom commercial similaire ou identique, le premier qui a utilisé le nom commercial peut s'opposer à l'utilisation qui est faite ultérieurement de celui-ci par un tiers, lorsqu'il peut être raisonnablement admis que cette utilisation peut créer une confusion auprès de leur relations commerciales moyennes dans la mesure où, spontanément, ces derniers ne distinguent pas les deux noms l'un de l'autre mais prennent l'un pour l'autre.



bas

Dans l'hypothèse où le rapport associatif entre deux noms irait si loin que l'on pourrait concevoir que l'observateur des noms - qui, spontanément, distinguerait bien les concurrents - pourrait attribuer aux concurrents des liens inexistantes et associerait donc ceux-ci à tort, l'existence d'un danger de confusion peut être admise. Ce risque de confusion doit être apprécié *in concreto* en fonction des paramètres suivants:

1. la similitude entre les noms eux-mêmes,
2. la nature des activités commerciales menées et
3. le territoire dans lequel ces activités sont exercées.

Ces facteurs doivent être réunis cumulativement pour pouvoir conclure à une atteinte irrégulière au droit au nom (Bruxelles 3 septembre 2002, *Annuaire Pratiques du commerce & Concurrence* 2002, 499)

Si deux entreprises s'adressent à un public différent, proposent un produit différent dans des régions différentes de sorte que, mise à part la dénomination concordante, tout élément de concordance fait défaut, cette dénomination en soi ne peut engendrer de confusion (Anvers 19 mai 1992, T.R.V. 1993, 80)

2. En l'espèce

17. En ce qui concerne la question de la similitude – ressemblance des noms, il a été répondu positivement ci-avant.



806

18. En ce qui concerne la similarité des activités, Alupro signale être active dans le secteur professionnel des châssis en aluminium, profils, quincaillerie et Alu 4 Pro aussi.

19. C'est évidemment vainement qu'Alu 4 Pro dépose quelques attestations par lesquelles les personnes concernées signalent qu'elle n'agit que comme professionnel et non revendeur aux consommateurs, dès lors qu'Alu Pro signale agir de même.

20. De plus, comme déjà relevé ci-dessus, les objet sociaux des deux sociétés sont similaires.

21. Mieux encore, les codes Nacebel révèlent que :

- code 25.120 : Alu Pro a pour activité la fabrication de portes et fenêtres en métal,
- code 25.120 : Alu 4 Pro a pour activité la fabrication de portes et fenêtres en métal d'éléments en matière plastique (code 22.230) et la métallurgie de l'aluminium.

Si Alu Pro n'avait eu que des activités de placeur auprès de particuliers, son code n'aurait pas été 25.120 mais 4332011 qui concerne l'activité de « montage de menuiseries extérieurs et intérieurs métallique: portes, fenêtres, dormants de portes et fenêtres, escaliers, placards de cuisines équipées, équipements pour magasins, etc... ».

22. Les deux ont donc des activités sociales similaires. Le fait qu'Alu 4 Pro dispose en outre d'activités complémentaires autres (quoi que relativement proches en ce qui concerne l'activité en métallurgie de l'aluminium) est irrelevant.

Elles ont en fait le même secteur d'activité.



Bot

C'est vainement que Alu 4 Pro souligne ne s'adresser qu'à des professionnels et fournit deux attestations dont l'une d'Aliplast qui précise qu'il n'y a pas de confusion.

En effet, cette confusion est avérée puisqu'Aliplast elle-même qui, professionnelle en la matière est mieux que quiconque apte à tomber moins facilement dans cette confusion que pourrait commettre un public constitué simplement par l'homme normalement prudent et diligent, l'a cependant effectuée eu égard à la similitude entre les noms eux-mêmes puisque précisément c'est cette société qui à de nombreuses reprises et après avoir eu son attention attirée, s'est trompée (les 2 mai 2012, 10 octobre 2012, 7 juin 2013, 8 novembre 2013, 2 juillet 2013, 19 décembre 2013).

Alu Pro dépose en pièce 4 de son dossier en outre des bons de retour de marchandises du 7 juin 2013 et du 2 juillet 2013 d'Aliplast qui fait état d'une confusion de ce fournisseur : *« Commande et saisie pour Alu 4 Pro mais livré chez Alu Pro – reprendre retour chez Alu Pro et livrer chez Alu 4 Pro »*.

23. Il s'en déduit aussi qu'il est dès lors difficile de voir dans les attestations produites par Alu 4 Pro autre chose que des attestations spécieuses de complaisance.

24. En ce qui concerne la zone géographique, il faut des zones, en tout ou en partie communes et/ou qui se recoupent.

Alu 4 Pro invoque que son siège social est en Flandre.

Elle ne produit aucun élément à son dossier qui démontrerait qu'elle n'exerce que dans cette région et donc dans un territoire géographiquement différent ; ce qui apparaît par

PAGE 01-00000269820-0014-0018-01-01-4



809

ailleurs peu plausible dès lors, que même si elle a son siège social dans cette région (et encore dans la périphérie de Bruxelles – Overijse -) elle a son usine d'assemblage en Wallonie, à Nivelles.

De son côté, Alu Pro par la pièce 8 de son dossier qui contient le listing de ses cocontractants et correspondants établit que son rayon d'action est non seulement à l'étranger (Paris, Roubaix, Saint-Amand-Les-Eaux [France] , Munsbach, Rombach [Luxembourg] mais aussi Bruxelles, et la Wallonie.

Et mieux encore la Flandre (Ganshoren, Buizingen, Halle).

Les zones géographiques sont donc communes ou se recoupent.

25. Les conditions cumulatives sont donc réunies.

26. Certes, pour Alu 4 Pro,

- les termes Alu et Pro ne présentent pas le caractère distinctif requis pour pouvoir être protégé par le droit au nom commercial puisque formé des deux vocables « Alu » et « Pro » non distinctifs et / ou originaux,

Or, ces notions n'interviennent pas en l'espèce et ce faisant, Alu Pro confond la protection accordée avec la marque qui sert à distinguer un produit ou un service.

- ces termes sont de plus utilisés par Alu Pro, soit ensemble en un seul mot, soit joints par un tiret et que d'autres sociétés ont des dénominations sociales fort similaires « Profil Alu » « Alu Products » « Alu Projects ».

Ce faisant Alu 4 Pro, en tant qu'elle se réfère à des dénominations sociales commet une confusion entre la dénomination sociale et la dénomination commerciale, de telle sorte que son argument dans le présent moyen relatif à la dénomination



608

commerciale est irrelevant. Une raison sociale et un nom commercial sont des notions juridiques différentes (cf. Bruxelles, 19 octobre 1993 précité ; Gand 4 janvier 2010, op. cit)

27. C'est aussi vainement qu'Alu 4 Pro tente de voir sur le site Internet d'Alu Pro, la preuve du fait que celle-ci s'adresserait uniquement aux particuliers.

En effet, rien dans cette présentation n'exclut que des professionnels du secteur ne s'adressent à elle.

Ici aussi, mieux encore, le site précise qu'elle est « Fabricant de menuiseries extérieures Alu & PVC »

28. Il résulte de l'ensemble des considérants ci-avant que la demande d'Alu Pro est fondée.

Quant à la mesure de publication de l'arrêt

29. Celle-ci n'apparaît pas justifiée, les mesures prises en termes de dispositif étant suffisantes pour remédier à la situation incriminée.



816

Pour ces motifs, la cour,

Dit l'appel recevable et fondé.

Mettre à néant la décision entreprise, sauf en ce qui concerne la recevabilité,

Statuant à nouveau,

Ordonne à la SPRL Alu 4 Pro la cessation dans les quinze jours de signification du présent arrêt, de tout usage quelconque des termes ALU et PRO, notamment dans les publicités, bons de commande, contrats, lettres et documents divers, sous quelque forme que ce soit et sur quelque support que ce soit, matériel ou informatique, y compris l'internet.

Lui ordonne de modifier dans le mois de la signification du présent arrêt sa dénomination sociale en en supprimant les termes ALU et PRO.

La condamne en cas de non-exécution ou de violation des injonctions ci-dessus à une astreinte journalière de 750 € par infraction et/ou par jour.

Donne acte à la SA Alu Pro de ses réserves relativement à l'intentement de poursuites distinctes visant à obtenir l'indemnisation des préjudices subis.

Condamne la SPRL Alu 4 Pro aux frais et dépens de la procédure liquidés comme suit : (citation et rôle 261,93 € + ind. proc. de première instance 1.320 € + frais de requête d'appel 210 € + ind. proc. Appel 1.320,00 €) soit 3.111,93 €.

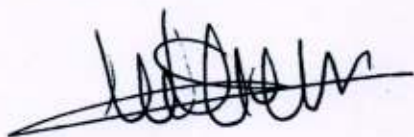


822

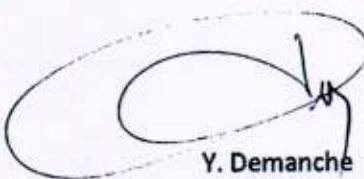
Ainsi jugé et prononcé à l'audience civile publique de la 9^{ème} chambre B de la cour d'appel de Bruxelles, le **10 septembre 2015**

Où siégeaient et étaient présents :

Y. Demanche, conseiller unique,
L. Willem, greffier.



L. Willem



Y. Demanche



Rép. 6442
Date :19/12/2012
REF.

APPEL

**LE TRIBUNAL DE COMMERCE SEANT A
NIVELLES A RENDU LE JUGEMENT SUIVANT :**

EN LA CAUSE : R.G. A/12/2203

En la cause : Rôle général : A/12/02203

La société anonyme ALU PRO, dont le siège social est sis à 6530 Thuin,Zoning Industriel, rue des Essarts,S/N, inscrite à la Banque Carrefour des Entreprises sous le n°862.800.746,

Partie demanderesse,

Représentée par : Maître Dewispelaere, Avocat, à 7000 Mons, Place des Chasseurs à Pied,4,

CONTRE

La société privée à responsabilité limitée ALU 4 PRO,inscrite à la Banque Carrefour des Entreprises sous le n°842.090.652, dont le siège social est sis à 3090 Overijse, Duizendbladlaan,2 et dont le siège d'exploitation est sis à 1400 Nivelles, rue du Progrès,7,

Partie défenderesse,

Représentée par : Maître Adam et Maître Boigelot, Avocats à 1000 Bruxelles, rue des Sablons,13,

Présenté le 24 DEC. 2012
Non enregistrable
Pr. Inspecteur principal,
G. DORMONT

Vu :

- la citation signifiée le 16 octobre 2012
- les conclusions déposées par les parties les 09,20 et 26 novembre 2012 ainsi que leurs dossiers respectifs
- la loi du 15 juin 1935 sur l'emploi des langues en matière judiciaire

Entendu les conseils des parties à l'audience du mercredi 28 novembre 2012

Après délibéré, le jugement suivant est prononcé:

1. L'objet de la demande

La demande tend à ordonner à la défenderesse la cessation immédiate de tout usage quelconque des termes ALU et PRO, notamment dans les publicités, bons de commande, contrats, lettres et documents divers, sous quelque forme que ce soit, matériel ou informatique, y compris l'Internet.

Elle vise également à enjoindre à la défenderesse de modifier sans délai sa dénomination sociale en supprimant les termes ALU et PRO et à condamner celle-ci en cas de non exécution de la décision à intervenir à une astreinte journalière de 750 €.

Elle tend enfin à autoriser la publication du présent jugement dans quatre quotidiens locaux et deux quotidiens nationaux.

La défenderesse a conclu à titre principal au non fondement de la demande et à titre subsidiaire au rejet de la demande de publication.

2. Les antécédents

La demanderesse est active dans le secteur professionnel des châssis en aluminium, profils et quincaillerie sous la dénomination « ALUPRO », et ce depuis plusieurs années.

Elle a son siège à THUIN. L'essentiel de sa clientèle est située en Province de Hainaut. Elle a quelques clients en Province de Brabant Wallon et dans la Région de Bruxelles-Capitale.

La défenderesse est active dans la fabrication et l'assemblage de châssis en aluminium, sous la dénomination « ALU 4 PRO ».

Son siège social est situé à OVERIJSE en Province de Brabant Flamand. Elle dispose d'un siège d'assemblage à NIVELLES.

Le 22 mai 2012, le conseil de la demanderesse a informé la défenderesse que sa cliente considérait que l'usage de la dénomination « ALU 4 PRO » constituait un acte déloyal contraire aux pratiques commerciales honnêtes par la confusion dommageable avec sa propre dénomination.

La défenderesse a été mise en demeure de cesser tout usage des termes ALU et PRO et de modifier sa dénomination commerciale, et ce sous peine d'une action en cessation.

Son conseil a répondu par courrier électronique du 29 mai 2012.

Celui-ci relève que les parties sont distantes de près de 50 kilomètres, qu'elles ne prospectent pas la même clientèle et que le secteur d'activité est différent.

Il invite la demanderesse à s'abstenir de toute action en justice prématurée.

Les parties rentrent alors en négociations. Celles-ci échouent et la procédure est entamée.

Sur le plan des faits, il est établi que :

- les parties ne prospectent pas la même clientèle. La demanderesse s'adresse à des particuliers alors que la défenderesse vise les professionnels
- le secteur d'activité géographique n'est pas identique. La demanderesse fait état de près de 400 clients dont dix se situent en région bruxelloise, deux dans la périphérie flamande de cette région et quinze en Brabant Wallon. L'essentiel de son activité se concentre sur la Province du Hainaut, région peu concernée par la défenderesse
- le siège d'assemblage de la défenderesse à NIVELLES n'est pas accessible aux particuliers
- des partenaires de la demanderesse (les sociétés ALIPLAST et SOBINCO) ont reçu un envoi erroné de courrier de la défenderesse
- la demanderesse a pour dénomination sociale « ALU PRO » depuis janvier 2004.

3. Décision du Tribunal

La demanderesse sollicite deux mesures : la cessation du nom et celle de la dénomination.

Le nom commercial est le signe distinctif d'une entreprise commerciale sous lequel cette entreprise est connue ou exploitée ou connue dans son exploitation.

Le droit au nom commercial existe si le signe adopté est distinctif ou s'il est apte à distinguer l'entreprise.

L'appréciation doit se faire *in concreto* avec la nuance qu'un nom exclusivement descriptif n'a pas le caractère distinctif nécessaire.

Le mot « ALU » renvoie à l'abréviation du mot « aluminium » alors que le mot « PRO » renvoie à celui de « profil ».

Ces vocables ne font que faire référence et présenter la description de l'activité économique de la demanderesse, et ce sans aucune originalité.

Une entreprise qui travaille dans le secteur de l'aluminium et du profil et qui choisit pour nom « ALU PRO » ne peut prétendre au caractère distinctif du nom commercial invoqué.

La dénomination sociale est protégée par le Code des sociétés qui autorise la modification d'une dénomination qui serait soit identique à celle d'une autre société soit susceptible par la ressemblance d'induire en erreur.

La preuve du risque de confusion doit, dans ce cas également, être appréciée *in concreto*.

Un tel risque est apprécié à l'aune des éléments suivants :

- la similitude des noms ou des signes
- l'activité exercée

- la nature de la clientèle
- le rayonnement géographique des entreprises.

Au niveau de la *similitude*, les dénominations sont ressemblantes.

Toutefois, elles ne sont ni identiques ni similaires.

Phonétiquement, la prononciation (« ALUFOUR(4)PRO ») est distinctes et la dénomination « FOUR(4)PRO » fait référence aux professionnels du secteur alors que la dénomination « ALUPRO » fait clairement la référence à la matière (aluminium) et au profil.

Comme déjà indiqué, *l'activité exercée et la nature de la clientèle* ne sont pas les mêmes.

La demanderesse s'adresse à des particuliers alors que la défenderesse vise les professionnels.

Enfin, comme également déjà rappelé, le *rayonnement géographique des entreprises* diffère.

Il résulte de l'ensemble de ces considérations que la demande n'est pas fondée.

Il convient donc d'en débouter son auteur.

PAR CES MOTIFS

Nous, **Jacques SCHAAR**, Président du Tribunal de Commerce de NIVELLES, assisté de **Patricia FOURNEAU**, Greffière en chef de la juridiction

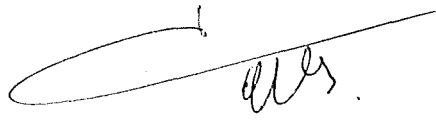
Statuant contradictoirement

Recevons la demande et la déclarons non fondée

En déboutons en conséquence son auteur

Condamnons la demanderesse aux dépens liquidés dans son chef à 1.581,93 € et dans celui de la défenderesse à 1.320 €

Ainsi jugé et prononcé par le Président du tribunal de commerce de Nivelles assisté du Greffier en chef à l'audience publique et ordinaire de la chambre des référés ,siégeant comme en référé , du **mercredi dix-neuf décembre 2012.**



P. FOURNEAU



J. SCHAAR