

**OFFICE BENELUX DE LA PROPRIETE INTELLECTUELLE**  
**DECISION en matière de RADIATION**  
**N° 3000017**  
**du 12 novembre 2020**

**Requérant :** **Kia Motors Corporation, a corporation organized and existing under the laws of the Republic of Korea**

Heolleung-ro, Seocho-gu 12  
Seoul 137130  
République de Corée

**Mandataire :** **GEVERS**

Holidaystraat 5  
1831 Diegem  
Belgique

*contre*

**Défendeur :** **Chery Automobile Co., Ltd.**

8 Changchun Road,  
Economy & Technology Development Zone,  
Wuhu City  
Anhui Province  
Chine

**Mandataire :** **ZHAOffice SPRL**

Rue de Bedauwe 13  
5030 Gembloux  
Belgique

**Marque contestée :** **Enregistrement international 1379865**

**EXEED**

**I. FAITS ET PROCEDURE****A. Faits**

1. Le 16 juillet 2018, le requérant a introduit, en application de l'article 2.30bis, alinéa 1<sup>er</sup>, sous b de la Convention Benelux de la Propriété Intellectuelle (ci-après « CBPI »)<sup>1</sup>, une demande de radiation sur base des motifs de nullité prévus à l'article 2.2ter, alinéa 1, sous b CBPI (risque de confusion en raison de l'identité ou de la similitude des signes concernés et des produits et services en question) et l'article 2.2ter, alinéa 3, sous a CBPI (marque renommée).

2. La demande de radiation est basée sur les marques antérieures suivantes :

- Enregistrement Benelux 1013552, demandé le 13 avril 2017 et enregistré le 5 juillet 2017 pour des produits en classe 12 de la marque semi-figurative  ;
- Enregistrement de l'Union européenne 16606964, demandé le 13 avril 2017 et enregistré le 2 août 2017 pour des produits en classe 12 de la marque semi-figurative  ;
- Enregistrement Benelux 805235, demandé le 23 mai 2006 et enregistré le 16 août 2006 pour des produits en classe 12 de la marque verbale CEE'D ;
- Marque de l'Union européenne 10800548, demandée le 11 avril 2012 et enregistrée le 5 novembre 2012 pour des produits en classe 12 de la marque verbale cee'd.

3. Il ressort des registres concernés que le requérant est le titulaire des marques invoquées.

4. La demande de radiation est dirigée contre l'enregistrement international 1379865, désignant entre autres le Benelux, déposé le 31 août 2017 et enregistré le 2 août 2018, de la marque semi-figurative suivante :



5. La demande de radiation est introduite contre tous les produits de la marque contestée et est basée sur tous les produits des marques invoquées.

6. La langue de la procédure est le français.

**B. Déroulement de la procédure**

7. La demande de radiation est recevable et la notification relative à la recevabilité a été adressée aux parties le 19 juillet 2018 par l'Office Benelux de la Propriété intellectuelle (voir ci-après « l'Office »). Au cours de la phase administrative de la procédure, le défendeur a introduit des preuves d'usage et les parties ont ensuite introduit leurs réactions. Tous les documents fournis satisfont aux exigences de la

---

<sup>1</sup> La décision se réfère toujours aux dispositions législatives et réglementaires applicables à la date de la décision, sauf dans le cas de dispositions qui ont subi un changement important au cours de la procédure et qui sont pertinentes pour la décision.

CBPI et du règlement d'exécution (voir ci-après : « RE ») y relatives. La phase administrative de la procédure a été clôturée le 27 septembre 2019.

## **II. MOYENS DES PARTIES**

### **A. Arguments du requérant**

8. Le requérant, KIA, explique qu'il est le plus ancien constructeur automobile sud-coréen. Ses voitures sont distribuées dans le monde entier, en ce compris au Benelux, et y jouissent d'une solide réputation. L'une des gammes les plus connues du constructeur, distribuée au Benelux depuis 2007, est le gamme CEE'D. KIA a déposé la marque CEE'D et ces diverses déclinaisons, dont, entre autres, les marques verbales invoquées. Le 13 avril 2017, le requérant a également déposé le signe XCEED en vue du lancement d'un nouveau modèle de la gamme CEE'D. Le 31 août 2017 le défendeur a déposé la marque contestée. Ne pouvant obtenir le retrait volontaire de la marque EXCEED par le défendeur, le requérant a introduit la présente procédure en radiation.

9. A titre principal, le requérant demande à l'Office de procéder à l'examen de similarité des marques et des produits en cause pour ensuite apprécier le risque de confusion en l'espèce.

10. Il suit d'une comparaison des marques qu'elles sont très similaires sur le plan visuel, d'après le requérant. La lettre X est placée en début de mot et la terminaison (-EED) est identique aux deux marques. Seule une lettre change, le E dans la marque contestée et le C dans les marques invoquées, mais visuellement ces deux lettres ne sont pas très éloignées.

11. Phonétiquement, les marques ont la même longueur et le même rythme, selon le requérant. De plus, elles se prononcent de manière identique, le X dans les marques invoquées étant prononcé exactement comme le préfixe EX dans la marque contestée.

12. Sur le plan conceptuel, les marques évoqueront vraisemblablement le même concept, le mot EXCEED en anglais signifiant 'dépasser'. Dès lors, le requérant établit que les marques sont similaires à un degré très élevé.

13. En ce qui concerne la comparaison des produits, le requérant constate que les produits sont soit identiques (c'est le cas des automobiles ; engrenages pour véhicules terrestres ; mécanismes de propulsion pour véhicules terrestres ; véhicules électriques ; roues de véhicule ; pneus pour roues de véhicules), soit à tout le moins très similaires aux produits visés par les marques invoquées (c'est le cas des autocars ; camions ; wagons ; motocycles ; voitures de tramways ; boîtes de vitesse pour véhicules terrestres). Ces produits se situent tous dans le même secteur, les véhicules à moteurs en classe 12, ainsi que les pièces détachées pour ces véhicules (moteurs, mécanismes, roues, pneus...).

14. S'agissant du public pertinent, le requérant fait observer que les véhicules en classe 12 s'adressent au consommateur moyen du Benelux, à savoir le consommateur normalement informé et raisonnablement attentif et avisé.

15. De plus, le requérant tient à rappeler que les marques XCEED de KIA sont une déclinaison de leur gamme CEED (ou CEE'D) distribuée au Benelux depuis 2007. Le terme CEED a donc acquis un caractère distinctif renforcé dans le secteur automobile sur ce territoire comme en témoignent les chiffres relatifs

aux parts de marché de la KIA CEED au Benelux ces dernières années, oscillant dans son segment entre 3 et 6%. Les dépenses en termes de marketing pour le Benelux varient, en fonction des années, entre 587.000 et 1.308.000 EUR par an.

16. Le requérant explique que la marque XCEED est une déclinaison de la marque CEED, qui a déjà acquis un caractère distinctif particulier, la lettre X étant généralement utilisée dans le secteur automobile pour faire référence aux modèles SUV, 'crossroad', ou 4x4. A titre d'exemple le requérant cite plusieurs modèles X d'autres marques de constructeurs de voitures. L'élément distinctif CEED confère aux marques invoquées un niveau de protection plus étendu, selon le requérant. Par conséquent, un signe ressemblant constitue un risque accru de confusion, en ce compris le risque d'association dans l'esprit du consommateur. Le requérant estime qu'un consommateur Benelux moyennement attentif puisse raisonnablement penser qu'un véhicule d'origine asiatique dont le nom du modèle termine par CEED fasse partie de la gamme CEED de KIA.

17. Il existe donc un important risque de confusion entre les marques EXEED et XCEED. Le requérant demande donc à l'Office de prononcer la nullité de la marque contestée dans son intégralité. Pour le surplus, il sollicite que les dépens soient à charge du défendeur.

18. A titre subsidiaire, le requérant demande à l'Office de constater que la marque contestée tire indûment profit du caractère distinctif et de la renommée des marques invoquées.

19. Le requérant explique qu'en dix ans d'existence au Benelux, la gamme CEE'D de KIA s'est forgée une réputation auprès du public du Benelux. Ladite gamme a maintenu entre 3 et 7% de part de marché au Benelux pendant une aussi longue période. De plus, la gamme CEE'D a très régulièrement été citée dans la presse des trois pays du Benelux entre 2006 et 2018, qu'elle soit spécialisée ou généraliste. Force est dès lors de conclure que la marque contestée, fût-ce pour des produits pouvant être légèrement différents, mais en restant dans le même secteur, tirera, volontairement ou non, indubitablement profit de la renommée de la marque CEE'D, et de ses déclinaisons.

20. Pour ces raisons, le requérant demande à l'Office de prononcer la nullité de la marque contestée dans son intégralité, si pas sur base des marques antérieures XCEED, à tout le moins sur base de la renommée des marques CEE'D. Pour le surplus, il demande à l'Office de mettre les dépens à charge du défendeur.

21. Suite à la demande du défendeur, le requérant a introduit des preuves d'usage. Le requérant se réfère également aux documents qu'il avait déjà introduits lors de l'introduction de ces arguments.

## **B. Arguments du défendeur**

22. Le défendeur explique qu'il est une entreprise automobile indépendante d'origine chinoise créée en 1997 produisant un véhicule automobile sous la marque EXEED.

23. Une comparaison entre la marque contestée et les marques invoquées XCEED montre qu'il s'agit de marques figuratives dont les deux premières lettres sont différentes, respectivement EX et XC. De plus, les deux premières lettres des marques invoquées XCEED sont des majuscules, tandis que les trois dernières lettres sont des minuscules. Visuellement, il en résulte une faible similarité entre les marques.

24. Phonétiquement, la première syllabe des marques se prononce de manière différente, respectivement 'EX' pour la marque contestée et 'IX' pour les marques invoquées. De plus, la seconde syllabe des marques est différente, respectivement 'IID' pour la marque contestée et 'CIID' pour les marques invoquées. La seule similarité entre les marques porte sur le son IID. Les marques sont donc très faiblement similaires sur le plan phonétique.

25. Conceptuellement, la marque contestée peut faire référence au mot anglais 'exceed', signifiant 'dépasser' et renvoyant à l'idée de 'dépassement' ou 'surpassement'. Les marques invoquées se composent de la lettre X et du mot Ceed. Le défendeur est d'accord avec le requérant que la lettre X désigne dans le secteur automobile un véhicule de type SUV, 4x4, ou tout-terrain. L'usage d'un X en combinaison avec un modèle de véhicule est donc descriptif. En outre le terme CEED signifie 'Community of Europe with European Design', selon le défendeur, ce qui est également descriptif. Les deux marques sont donc conceptuellement différentes.

26. En ce qui concerne une comparaison des produits de la marque contestée et ceux des marques invoquées XCeed, le défendeur fait observer que les produits sont soit identiques, soit similaires.

27. En analysant le risque de confusion, le défendeur souligne qu'il existe d'importantes différences entre les marques concernées. Les marques étant composées de mots courts, de légères différences peuvent se traduire par une impression d'ensemble différente. De plus, le risque de confusion doit s'apprécier par rapport au degré d'attention du consommateur. Même si les véhicules à moteur et des pièces destinées à ces véhicules s'adressent tant à un public professionnel qu'au grand public, la jurisprudence souligne que le public pertinent a un niveau d'attention élevé, voir particulièrement élevé, selon le défendeur. Les produits en cause seront principalement achetés après qu'ils ont été vus et essayés. En outre, le défendeur fait remarquer que la loi impose l'apposition de la marque du constructeur (KIA) sur tout véhicule sur lequel la marque XCeed est apposé. Le consommateur moyen achètera donc un véhicule KIA XCeed ou CHERY EXEED. L'ensemble de ces circonstances réduit à néant le risque de confusion qui pourrait exister entre les marques.

28. En ce qui concerne les marques invoquées CEE'D qui sont sous obligation d'usage, le défendeur fait d'abord remarquer que cette marque est présentée sous des formes différentes CEED, CEE'D ou cee'd. Selon le défendeur, le requérant a fait le choix depuis le début de l'année 2018 de ne plus utiliser la marque telle qu'elle avait été enregistrée. La suppression de l'apostrophe altère le caractère distinctif de la marque telle qu'enregistrée. Les marques invoquées étant des marques courtes, la suppression de l'un des caractères le composant sera d'autant plus rapidement perçue par le consommateur moyen. Le défendeur est d'avis que les marques CEE'D n'ont pas fait l'objet d'un usage sérieux. Si l'Office devait considérer que l'usage sérieux des marques est établi, encore faudrait-il constater que la marque contestée ne tire aucunement profit de la renommée des marques invoquées, d'après le défendeur.

29. Il suit d'une comparaison des marques invoquées CEE'D/cee'd et la marque contestée qu'elles sont visuellement différentes. Les marques comptent un nombre différent de lettres, leurs premières lettres sont différentes (CE et EX) et les marques invoquées comportent une apostrophe qui ne se retrouve pas dans la marque contestée.

30. Phonétiquement, les marques présentent un nombre différent de syllabes. La première syllabe de la marque contestée EX diffère de la seule syllabe des marques invoquées CIID. Les marques sont donc différentes d'un point de vue phonétique, d'après le défendeur.

31. Conceptuellement, les marques Cee'd, signifiant 'Community of Europe with European Design', font référence à une gamme de voitures. L'absence d'un C dans la marque contestée empêche cette référence à l'Union Européenne. La marque contestée peut faire référence au mot anglais 'exceed' signifiant 'dépasser' et renvoyant à l'idée de 'dépassement' ou de 'surpassement'. Les signes sont donc différents sur le plan conceptuel, selon le défendeur.

32. En ce qui concerne une comparaison des produits de la marque contestée et ceux des marques invoquées CEE'D, le défendeur fait observer que certains des produits sont identiques alors que d'autres produits soient simplement similaires.

33. En analysant le risque de confusion avec les marques invoquées CEE'D, le défendeur renvoie à ce qui a déjà été mentionné ci-dessus dans le cadre de l'évaluation du risque de confusion avec les marques invoquées XCeed (voir point 27). Il existe une plus grande différence entre les marques invoquées CEE'D et la marque contestée qu'entre les marques invoquées XCeed et la marque contestée.

34. Si l'Office devait considérer qu'il existe une quelconque similarité entre les marques et que la marque antérieure jouit d'une renommée au Benelux, encore faudrait-il constater que la marque contestée ne tire aucunement profit de la renommée des marques cee'd/CEE'D, selon le défendeur. Les constructeurs automobiles sont légalement tenus d'apposer leur nom de manière visible sur tout véhicule automobile. En pratique, les marques cee'd seront donc toujours accompagnée du signe KIA et la marque EXEED du signe CHERY. Le défendeur estime qu'il est improbable que le consommateur moyen puisse établir un quelconque lien entre la marque contestée et les marques invoquées. De plus, le requérant ne rapporte aucune preuve d'un risque non hypothétique de profit indu.

35. Le défendeur conclut qu'il n'existe pas de risque de confusion entre les marques. En outre les marques invoquées soumises à une obligation d'usage n'ont pas fait l'objet d'un usage sérieux telles qu'enregistrées. Enfin, le requérant n'établit aucunement l'existence d'un risque non hypothétique de profit indu. Le défendeur demande donc à l'Office de refuser la radiation de la marque contestée.

### **III. Décision**

#### **A.1 Cadre juridique**

36. En application de l'article 2.30bis, alinéa 1<sup>er</sup>, sous b, i. CBPI, le titulaire d'une marque antérieure, peut introduire une demande en nullité auprès de l'Office contre une marque qui prend rang après la sienne, conformément aux dispositions de l'article 2.2ter, alinéa 1, sous b CBPI.

37. L'article 2.2ter, alinéa 1 CBPI, stipule : « Une marque faisant l'objet d'une opposition est refusée à l'enregistrement ou, si elle est enregistrée, est susceptible d'être déclarée nulle: [...] b. lorsqu'en raison de son identité ou de sa similitude avec la marque antérieure et en raison de l'identité ou de la similitude des produits ou des services que les marques désignent, il existe, dans l'esprit du public, un risque de confusion; ce risque de confusion comprend le risque d'association avec la marque antérieure ».

**A.2 En ce qui concerne le motif énoncé à l’article 2.2ter, alinéa 1, sous b CBPI – motif de nullité relatif et risque de confusion**

38. Selon la jurisprudence constante de la CJUE relative à l’interprétation de la Directive (UE) 2015/2436 (UE) du Parlement européen et du Conseil du 16 décembre 2015 rapprochant les législations des états membres sur les marques (ci-après: « la Directive »), constitue un risque de confusion le risque que le public puisse croire que les produits ou services concernés proviennent de la même entreprise ou, le cas échéant, d’entreprises liées économiquement (arrêts CJUE, Canon, C-39/97, 29 septembre 1998, ECLI:EU:C:1998:442 ; Lloyd Schuhfabrik Meyer, C-342/97, 22 juin 1999, ECLI:EU:C:1999:323 ; voyez aussi e.a. CJBen, A 98/3, Brouwerij Haacht/Grandes Sources belges, 2 octobre 2000 ; CJBen, A 98/5, Marca Mode/Adidas, 7 juin 2002 ; Hoge Raad der Nederlanden, C02/133HR, Flügel-flesje, 14 novembre 2003, ECLI:NL:HR:2003:AK4818; Bruxelles, N-20060227-1, 27 février 2006).

**Comparaison des produits**

39. Pour apprécier la similitude entre les produits et services en cause, il y a lieu de tenir compte de tous les facteurs pertinents qui caractérisent le rapport entre les produits et services. Ces facteurs incluent, en particulier, leur nature, leur destination, leur usage, ainsi que leur caractère concurrent ou complémentaire (CJUE, arrêt Canon, déjà cité).

40. Lors de la comparaison des produits des marques invoquées aux produits du défendeur, sont respectivement considérés, les produits tels que formulés au registre et tels qu’indiqués dans la demande de marque.

41. Les produits de la marque contestée seront d’abord comparés avec les produits des marques invoquées non soumises à une obligation d’usage (enregistrement Benelux 1013552 et marque de l’Union européenne 16606964). Vu que les produits des marques invoquées sont identiques, ils ne seront repris ci-après qu’une seule fois. Les produits à comparer sont les suivants :

<b>Opposition basée sur :</b>	<b>Opposition dirigée contre :</b>
CI 12 Voitures; Fourgonnettes; Voitures de sport; Éléments structurels pour véhicules automobiles; Bandages pour automobiles; Amortisseurs pour automobiles; Systèmes de freinage de véhicules; Paliers d'essieu pour véhicules terrestres; Roulements de roues pour véhicules terrestres; Moteurs pour véhicules terrestres; Tracteurs.	CI 12 Autocars; camions; wagons; motocycles; voitures de tramways; automobiles; autocaravanes; engrenages pour véhicules terrestres; mécanismes de propulsion pour véhicules terrestres; boîtes de vitesses pour véhicules terrestres; véhicules électriques; roues de véhicule; pneus pour roues de véhicule.

42. L’Office établit que le défendeur considère que les produits de la marque contestée et ceux des marques invoquées XCEED, sont soit identiques, soit simplement similaires. Comme l’identité, soit la similarité est déjà constant (*in confesso*) entre les parties, l’Office ne procédera plus à une comparaison des produits.

*Conclusion*

43. Les produits du défendeur sont soit identiques, soit similaires aux produits du requérant.

**Comparaison des marques**

44. Il ressort du libellé de l'article 5, paragraphe 1, sous b de la Directive (comp. article 2.2ter, alinéa 1, sous b, CBPI), aux termes duquel « *il existe, dans l'esprit du public, un risque de confusion qui comprend le risque d'association avec la marque antérieure* », que la perception des marques qu'a le consommateur moyen du type de produit ou service en cause joue un rôle déterminant dans l'appréciation globale du risque de confusion. Le consommateur moyen perçoit normalement une marque comme un tout et ne se livre pas à un examen de ses différents détails (CJUE, Sabel, C-251/95, 11 novembre 1997, ECLI:EU:C:1997:528).

45. L'appréciation globale du risque de confusion 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 des éléments distinctifs et dominants de celles-ci.

46. L'impression d'ensemble produite auprès du public pertinent par une marque complexe peut, dans certaines circonstances, être dominée par un ou plusieurs des composants de celle-ci (CJUE, arrêt Limonchello, C-334/05 P, 12 juin 2007, ECLI:EU:C:2007:333). Lors de l'appréciation du caractère dominant d'un ou de plusieurs composants déterminés d'une marque complexe, il convient de prendre en compte, notamment, les qualités intrinsèques de chacun de ces composants en les comparant à celles des autres composants. En outre, et de manière accessoire, peut être prise en compte la position relative des différents composants dans la configuration de la marque complexe (TUE, Matratzen, T-6/01, 23 octobre 2002, ECLI:EU:C:2006:164 et TUE, El Charcutero Artesano, T-242/06, 13 décembre 2007, ECLI:EU:T:2007:391).

47. Les marques à comparer sont les suivants. Vu que les marques invoquées non soumises à une obligation d'usage (enregistrement Benelux 1013552 et marque de l'Union européenne 16606964) sont identiques, elles ne seront reprises ci-après qu'une seule fois et seront identifiées ensemble comme 'la marque invoquée' :

Opposition basée sur :	Opposition dirigée contre :
<p><b>XCeed</b></p>	<p><b>EXEED</b></p>

*Comparaison visuelle*

48. La marque invoquée est une marque semi-figurative composée d'un mot de cinq lettres, XCeed. Les deux premières lettres de la marque sont des majuscules, les trois dernières lettres des minuscules. La marque est reprise dans une police de caractère standard noire. La marque contestée est également

une marque semi-figurative composée d'un mot de cinq lettres, EXEED. Le mot est représenté en majuscules noires et grasses. Le fait que la marque invoquée est représentée en majuscules et minuscules tandis que la marque contestée est reprise seulement en majuscules est dénué de pertinence s'agissant de la comparaison visuelle desdits signes (voir TUE, arrêt Babilu, T-66/11, 31 janvier 2013, ECLI:EU:T:2013:48).

49. Dans les marques composées (éléments verbaux et figuratifs), l'élément verbal a souvent un impact plus élevé sur le consommateur que l'élément figuratif. En effet, le public évoque généralement ces signes en utilisant l'élément verbal (voir en ce sens : TUE, SELENIUM-ACE, T-312/03, 14 juillet 2005, ECLI:EU:T:2005:289). Il n'en va pas autrement dans le cas qui nous occupe, où l'élément figuratif des marques en cause est marginal. En effet, la seule représentation graphique, qui consiste en des caractères d'imprimerie banals et ordinaires, même s'ils sont en gras en ce qui concerne la marque contestée, ne saurait détourner l'attention du consommateur moyen vers des éléments figuratifs autres que les lettres qui la constituent (voir en ce sens TUE, Dieselit, T-186/02, 30 juin 2004, ECLI:EU:T:2004:197 et Amplitude, T-9/05, 15 janvier 2008, ECLI:EU:T:2008:8). Lors de la comparaison, il doit surtout être tenu compte des éléments verbaux des marques.

50. L'Office établit que la marque invoquée et la marque contestée ont quatre lettres en commun, à savoir X EED. Les lettres EED sont reprises dans le même ordre dans les deux marques. Dans la marque invoquée le X se trouve au début de la marque, tandis que dans la marque contestée il est repris en deuxième position. Les marques diffèrent par l'usage d'une lettre C en deuxième position dans la marque invoquée et d'une lettre E au début de la marque contestée.

51. Visuellement, les marques sont similaires à un certain degré.

#### *Comparaison phonétique*

52. En ce qui concerne la comparaison sur le plan phonétique, il convient de rappeler que, au sens strict, la reproduction phonétique d'un signe complexe correspond à celle de tous ses éléments verbaux, indépendamment de leurs spécificités graphiques, qui relèvent plutôt de l'analyse du signe sur le plan visuel (voir TUE, PC WORKS, T-352/02, 25 mai 2005, ECLI:EU:T:2005:176 et Thai Silk, T- 361/08, 21 avril 2010, ECLI:EU:T:2010:152).

53. L'Office considère que les lettres XC dans la marque invoquée seront prononcées ensemble comme [eks]. Ladite marque sera donc prononcée comme [EKSEED]. La majorité du public prononcera le mot en anglais comme [EKSEED]. Néanmoins il n'est pas exclu qu'une partie du public pourra employer une prononciation de la marque plus proche du français comme [IKSEED]. Quant à la marque contestée, elle sera perçue comme un mot anglais, vu sa proximité avec le verbe anglais 'to exceed', et sera donc prononcée comme [EKSEED], le X étant prononcé comme [ks].

54. Bien qu'une petite partie du public pourrait prononcer les lettres XC au début de la marque invoquée comme [iks], l'Office estime que la majorité du public prononcera les marques de manière identique.

55. Phonétiquement, les marques sont soit identiques, soit très similaires.

*Conceptuellement*

56. Bien qu'une partie du public pourrait percevoir dans la marque une référence à un modèle 4x4 (à cause de la lettre X étant utilisée dans le secteur automobile pour faire référence aux modèles SUV) de la gamme CEED du constructeur automobile KIA, l'Office estime que la majorité du public Benelux percevra la marque invoquée comme un mot fantaisiste n'ayant pas de signification. En ce qui concerne l'argument du défendeur que l'élément CEED même sera descriptif vu qu'il s'agit d'une abréviation signifiant 'Community of Europe with European Design', l'Office estime que cette signification ne sera pas connue par le public Benelux.

57. La marque contestée peut être perçue soit comme un mot inexistant sans signification, soit comme une transcription du verbe anglais 'to exceed', signifiant 'dépasser', vu que la prononciation de la marque et ce verbe sont identiques. Malgré la connaissance de l'anglais au Benelux l'orthographe exacte peut ne pas être connue de tous.

58. Conceptuellement, soit une comparaison n'est pas pertinente, soit les marques sont différentes.

*Conclusion*

59. Visuellement, les marques sont similaires à un certain degré. Phonétiquement, les marques sont soit identiques, soit très similaires et conceptuellement, soit une comparaison n'est pas pertinente, soit les marques sont différentes.

**A.3 Appréciation globale**

60. L'attention du public, l'identité ou la similitude des produits et services et des signes jouent un rôle particulier dans l'appréciation du risque de confusion.

61. L'appréciation globale implique une certaine interdépendance entre les facteurs à prendre en compte, et notamment la similitude des marques et celle des produits ou services désignés. Ainsi, un faible degré de similitude entre les produits ou services désignés peut être compensé par un degré élevé de similitude entre les marques, et inversement (arrêts Canon et Lloyd Schuhfabrik Meyer, déjà cités).

62. Le consommateur moyen est censé être normalement informé et raisonnablement attentif et avisé. Il faut 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 non parfaite qu'il en a gardée en mémoire (arrêt Lloyd Schuhfabrik Meyer, précité). En ce qui concerne les produits de la classe 12, il résulte de la jurisprudence que le public pertinent peut être composé du grand public ou bien des professionnels et que son niveau d'attention peut varier de moyen à très élevé, notamment en fonction du prix du produit concerné (TUE, Bergsteiger, T-736/18, 28 novembre 2019, ECLI:EU:T:2019:826). Par conséquent, un niveau d'attention élevé doit être retenu ici.

63. Il convient de relever que le risque de confusion est d'autant plus élevé que le caractère distinctif de la marque antérieure s'avère important. Les marques qui ont un caractère distinctif élevé, soit intrinsèquement, soit en raison de la notoriété dont elles jouissent sur le marché, bénéficient d'une protection plus étendue que celles dont le caractère distinctif est moindre (voir arrêt Canon, déjà cité).

L'Office est d'avis que la marque invoquée dispose d'un caractère distinctif normal car elle ne décrit aucune caractéristique des produits en question. Le requérant fait encore remarquer que la marque XCEED est une déclinaison de la marque CEED qui bénéficie d'une grande notoriété et donc d'un caractère distinctif élevé et d'une protection plus étendue. Pour autant que le requérant souhaiterait en déduire que la marque invoquée Xceed bénéficiera également d'un caractère distinctif élevé et d'une protection plus étendue, l'Office ne juge pas utile d'examiner cette affirmation puisqu'elle n'influencera pas le résultat de cette procédure.

64. En outre, l'Office rappelle que l'existence d'un risque de confusion auprès d'une partie du public est suffisant pour justifier l'opposition (TUE, Hai/Shark, T-33/03, 9 mars 2005, ECLI:EU:T:2005:89).

65. Les marques sont visuellement similaires à un certain degré. Phonétiquement, les marques sont soit identiques, soit très similaires et conceptuellement, soit une comparaison n'est pas pertinente, soit les marques sont différentes. L'identité, soit la similitude des produits est constant (*in confesso*) entre les parties. Pour ces motifs et vu leur corrélation, l'Office considère que le public concerné, même doté d'un niveau d'attention élevé, peut croire que les produits proviennent de la même entreprise ou d'entreprises liées économiquement.

#### **B. Autres facteurs**

66. L'Office ne peut pas tenir compte de la remarque du défendeur quant aux modalités particulières de commercialisation des produits en cause (voir points 27 et 34). En effet, ce qui importe, ce ne sont pas les conditions concrètes dans lesquelles les produits sont commercialisés, mais la marque antérieure et le signe contesté comme enregistré dans le registre, puisque les modalités particulières de commercialisation des produits en cause peuvent varier dans le temps et selon la volonté des titulaires des marques en conflit (CJUE, Quantum, C-171/06, 15 mars 2007, ECLI:EU:C:2007:171 ; TUE, Ferromix, dans les affaires jointes T-305/06 à T307/06, 15 octobre 2008, ECLI:EU:T:2008:444).

#### **C. Conclusion**

67. Sur base de ce qui précède, l'Office conclut qu'il existe un risque de confusion.

68. Comme la radiation de la marque contestée a déjà été acceptée sur base d'une partie des marques invoquées, il n'est plus besoin d'examiner les autres marques invoquées, ni les preuves d'usage, ni le motif de nullité relatif au renommée des marques invoquées.

### **IV. CONSÉQUENCE**

69. La demande en radiation portant le numéro 3000017 est justifiée.

70. L'enregistrement international de la marque contestée 1379865 est radié pour le Benelux.

71. La demande en radiation étant justifiée, le défendeur est redevable d'un montant de 1.420 euros au bénéfice du requérant en vertu de l'article 2.30ter, alinéa 5 CBPI et la règle 1.44, alinéa 2 du RE. Cette décision forme titre exécutoire en vertu de l'article 2.30ter, alinéa 5 CBPI.

La Haye, 12 novembre 2020



Tineke Van Hoey  
(*rapporteur*)

Diter Wuytens

Pieter Veeze

Agent chargé du suivi administratif : Diter Wuytens