



OFFICE BENELUX DE LA PROPRIETE INTELLECTUELLE
DECISION en matière de RADIATION
N° 3000408
du 28 avril 2023

Requérant : **NIKO sàrl**
Rue Laach 51
9655 Harlange
Luxembourg

Mandataire : **NEOVIAQ IP / ICT Solutions sàrl**
Gruuss-Strooss 61
9991 Weiswampach
Luxembourg

contre

Défendeur : **Pascal Lenoir**
Chaussée de Charleroi 5
1470 Genappe
Belgique

Mandataire : **GEVERS**
Holidaystraat 5
1831 Diegem
Belgique

Marque contestée : **Enregistrement Benelux 901256**



I. FAITS ET PROCEDURE

A. Faits

1. Le 15 février 2022, le requérant a introduit, en application de l'article 2.30bis, alinéa 1^{er}, sous a de la Convention Benelux de la Propriété Intellectuelle (ci-après : « CBPI »), une demande de radiation sur base du motif de déchéance prévu à l'article 2.27, alinéa 2, CBPI : absence d'usage sérieux de la marque contestée conformément aux dispositions de l'article 2.23bis, CBPI.

2. La demande de radiation est dirigée contre l'enregistrement Benelux 901256, déposé le 11 mai



2011 et enregistré le 10 août 2011, de la marque semi-figurative suivante :

3. La demande de radiation est dirigée contre tous les produits et services pour lesquels la marque contestée a été enregistrée, à savoir :

Classe 33 : Boissons alcooliques (à l'exception des bières).

Classe 35 : Publicité ; gestion des affaires commerciales ; administration commerciale ; travaux de bureau ; services d'intermédiaires en affaires commerciales concernant la vente en gros et au détail des produits mentionnés en classe 33, également via Internet.

4. La langue de la procédure est le français.

B. Déroulement de la procédure



5. La demande de radiation est recevable et la notification relative à la recevabilité a été adressée aux parties le 18 février 2022 par l'Office Benelux de la Propriété intellectuelle (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 CBPI et du règlement d'exécution (voir ci-après : « RE ») s'y rapportant. La phase administrative de la procédure a été clôturée le 5 août 2022.

II. MOYENS DES PARTIES

A. Arguments du défendeur

6. Le défendeur établit qu'il doit apporter les preuves d'un usage sérieux de la marque contestée durant la période allant du 15 février 2017 au 15 février 2022. Il explique qu'il ne se limitera pas à rapporter des preuves d'usage pour cette seule période, mais entend démontrer qu'il utilise sa marque de manière sérieuse et continue depuis 2012 et jusqu'à ce jour.

7. Le défendeur indique que l'usage du logo a très légèrement évolué par rapport à la version qui avait été initialement enregistrée.

Version enregistrée	Version principalement utilisée
	

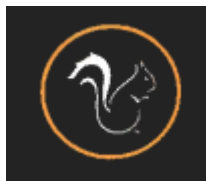
8. Il fait référence à la Communication commune CP4 sur la pratique commune du champ de protection des marques en noir et blanc et la Communication commune CP8 sur l'usage d'une marque sous une forme différente de celle qui a été enregistrée. Il explique qu'une modification des couleurs uniquement n'altère pas le caractère distinctif de la marque, tant que quelques conditions sont remplies. En l'espèce, l'élément figuratif distinctif et dominant est identique, les contrastes sont bien respectés, les combinaisons de couleurs ne possèdent pas de caractère distinctif en elles-mêmes. En outre, bien que l'élément verbal Nutts Original soit distinctif, il est écrit en petits caractères et de façon circulaire autour de l'élément figuratif distinctif, de sorte que son omission (remplacé par un cercle continu) sera sans doute ignorée par le consommateur, n'ôtant dès lors rien au caractère distinctif en général de la marque puisque l'élément dominant (l'écureuil) est pour sa part, bien identique, d'après le défendeur. L'élément NUTTS ORIGINAL est, en général, utilisé à proximité du logo.

9. Le défendeur explique qu'il exploite, depuis plus de 10 ans, une ligne de spiritueux sous la marque contestée et le nom commercial NUTTS ORIGINAL. Son produit phare NUTTS ORIGINAL est une liqueur de noisette dont l'étiquette est toujours la même depuis 2012, mais sa marque et son logo se retrouvent également sur ses autres produits sous différentes couleurs. Le défendeur exporte aussi une partie de sa production hors des frontières de Belgique et il participe ainsi à des salons internationaux. Il rappelle que l'apposition de la marque contestée sur les produits ou sur leur conditionnement dans le territoire Benelux dans le seul but de l'exportation est également considéré comme un usage sérieux de la marque.

10. En Belgique, le défendeur arpente les foires et marchés un peu partout, et particulièrement en Wallonie depuis plus de 10 ans, où ses produits sont également commercialisés directement en ligne dans différents points de vente de produits du terroir, mais aussi via la grande distribution et l'HoReCa. Il produit des extraits de sa page Facebook et les résultats d'une recherche sur Google Image sur le terme NUTTS ORIGINAL, laquelle ne donne que des usages de ses produits.

11. S'agissant des volumes de vente des produits concernés, la presse évoquait en 2012 déjà près de 3000 bouteilles par an. Depuis lors, les ventes n'ont cessé d'évoluer, avec notamment les nouveaux produits, sauf durant la pandémie Covid 19. La vente en ligne, pour sa part, n'a jamais cessé. Les salons à l'étranger pour l'exportation de ses produits portant la marque contestée ont également repris en 2021.

12. Le défendeur conclut qu'il a donc démontré un usage sérieux et continu sur le territoire du Benelux



de la marque contestée, à tout le moins sous la forme pour l'ensemble des produits et services en classes 33 et 35. Il demande dès lors de déclarer la demande en déchéance formulée à l'encontre de sa marque Benelux totalement non fondée et de mettre les dépens entièrement à la charge du requérant.

B. Réaction du requérant

13. Le requérant reprend d'abord les faits et antécédents de l'affaire et produit ensuite ses arguments. Son premier argument concerne l'usage de la marque contestée dans une forme ayant altéré le caractère distinctif de cette marque. Après avoir rappelé les principes, il les applique au cas d'espèce. Le requérant a effectué une recherche en ligne pour se rendre compte que le signe a été exploité de temps à autre dans les formes les plus variées, mais jamais dans la forme enregistrée. Tel qu'il ressort de la documentation communiquée par le défendeur, il y a constamment une dissociation claire et précise entre le signe




et le visuel de l'écureuil . Le requérant fait observer qu'il est peu concevable que le consommateur perçoive le signe en question et fasse référence à cette marque comme la marque « écureuil » au lieu de se référer aux éléments verbaux de la marque « NUTTS ORIGINAL ». Enfin, l'examen proposé par le défendeur semble varier, en fonction de ses besoins, entre son argumentation en matière d'action en déchéance et son argumentation dans le cadre de la procédure en cessation lancée à l'encontre du gérant du requérant. Le requérant ne peut que soupçonner que le défendeur a tenté de protéger une combinaison d'éléments verbaux moins distinctifs en ajoutant le logo de l'écureuil, visant à renforcer le pouvoir distinctif global de la marque contestée.

14. Le requérant souligne que le défendeur oublie dans son argumentation qu'il est de jurisprudence constante que le consommateur est plus attentif en ce qui concerne les éléments verbaux de la marque. Même si les éléments verbaux ORIGINAL et NUTTS sont un peu moins distinctifs et l'élément NUTTS probablement descriptif pour l'ingrédient de la noisette, il s'agit d'éléments distinctifs qui seront considérés comme dominants dans la perception du consommateur du signe tel qu'enregistré.

15. En suivant l'examen proposé par la communication commune CP8, la première étape consiste à évaluer le signe tel qu'il a été enregistré et à déterminer quels éléments contribuent au caractère distinctif du signe tel qu'il a été enregistré. Selon le requérant, il faut constater que l'élément graphique de l'écureuil est visuellement présent au milieu de la marque et lui donne un certain pouvoir distinctif. Même si le cercle entourant l'écureuil pourrait normalement être considéré comme un élément décoratif, tel n'est pas le cas ici car cet élément reprend, à plusieurs reprises, l'élément verbal distinctif de la marque, NUTTS ORIGINAL. Cette forme géométrique d'un cercle confère un caractère distinctif à la marque contestée dans la mesure où la configuration et la combinaison avec les éléments verbaux NUTTS ORIGINAL crée une impression d'ensemble suffisamment distinctive.

16. En ce qui concerne la deuxième étape prévue par la communication commune CP8, il s'agit d'évaluer les différences dans le signe tel qu'il est utilisé et l'effet des altérations. Il y a lieu de considérer que la marque contestée, telle qu'elle a été enregistrée, est composée des deux éléments distinctifs, à savoir l'écureuil et le cercle « NUTTS ORIGINAL ». Tous deux contribuent de la même manière au caractère distinctif du signe tel qu'il a été enregistré. L'omission d'un de ces éléments donne donc lieu à une altération du caractère distinctif de la marque contestée. Dans la version principalement utilisée, il y a omission de l'élément distinctif « NUTTS ORIGINAL » de telle sorte qu'il y a altération du pouvoir distinctif de la marque



contestée. Dans le cadre de l'utilisation du signe , il y a omission de l'élément distinctif de l'écureuil de telle sorte qu'il y a également altération du pouvoir distinctif de la marque contestée.

17. En raison de l'altération du caractère distinctif de la marque contestée telle qu'enregistrée dans la plupart des preuves du défendeur, le requérant demande d'écarter l'ensemble des preuves d'usage qui sont toutes affectées de ce même vice. Par conséquent, le défendeur n'a pas apporté la preuve de l'usage de la marque contestée.

18. Le deuxième argument du requérant concerne l'usage non sérieux de la marque contestée. Après un rappel des principes, le requérant examine les preuves d'usage produites. Il précise que la plupart des preuves se rapportent à la conception de la marque contestée en 2011 pour couvrir une liqueur belge à base de noisettes. Selon le requérant, le défendeur tente de justifier son usage sur base d'une prétendue commercialisation d'une ligne plus large de spiritueux (vodka, gin, rhum et liqueurs) depuis plus de 10 ans, mais ce n'est que très récemment que le défendeur a essayé d'ajouter des produits complémentaires à sa gamme. Le requérant produit des chiffres financiers de la société du défendeur et il en conclut qu'ils montrent plutôt une inactivité complète. Pour le surplus, les quelques preuves communiquées par le défendeur ne constituent pas un faisceau de preuves suffisant permettant d'établir un usage sérieux de la marque contestée durant la période pertinente.

19. Le requérant fait observer que plusieurs pièces sont non datées ou datées en dehors de la période pertinente et/ou sont affectées par le vice de l'altération du pouvoir distinctif de la marque. En ce qui concerne les six factures produites, les volumes de ventes ne sont ni significatifs ni substantiels pour des produits de consommation courante. En outre, la plupart des factures démontrent plutôt qu'il s'agit d'un usage purement symbolique ayant pour seul objet le maintien des droits conférés par la marque contestée. Ces éléments de preuve ne permettent donc pas d'établir un usage sérieux de la marque contestée durant la période pertinente. Subsidiairement, la marque contestée a été enregistrée en classe 33 pour des boissons alcooliques (à l'exception des bières). Il est clair pour le requérant que cette catégorie de produits est suffisamment vaste pour que l'on puisse en distinguer différentes sous-catégories, comme la liqueur. Si, l'Office devait donc considérer l'usage comme étant suffisant, le requérant demande dès lors de segmenter les produits en sous-catégories car les éléments de preuve ne se rapportent qu'à des liqueurs.

20. En ce qui concerne les services « Publicité ; gestion des affaires commerciales ; administration commerciale ; travaux de bureau », le requérant fait remarquer qu'il s'agit de services rendus par des professionnels au profit de tiers et non de services internes. Les preuves du défendeur ne démontrent aucunement une prestation de ces services au profit d'entreprises tierces. Par conséquent, il n'y a pas eu d'usage sérieux de la marque contestée pour ces services. En ce qui concerne les « services d'intermédiaires en affaires commerciales concernant la vente en gros et au détail des produits mentionnés en classe 33,

également via Internet », le défendeur ne fournit pas de preuves indépendantes de l'usage du signe comme marque de produit. Toutes ces preuves, y compris en ce qui concerne les services de la classe 35, sont affectées du vice de l'altération du pouvoir distinctif de la marque. Le requérant conclut donc que le défendeur ne réussit pas à prouver un usage sérieux de la marque contestée.

21. Par conséquent, le requérant demande de déclarer cette action en radiation recevable et fondée, de déclarer le défendeur déchu de ses droits sur la marque contestée, de procéder à la radiation de la marque contestée et de mettre les dépens à la charge du défendeur. Le requérant se réserve également le droit de répondre à d'autres arguments développés par le défendeur.

C. Dernière réaction du défendeur

22. Le défendeur conteste intégralement l'argumentation du requérant.

23. S'agissant de l'usage de la marque contestée dans une forme ayant prétendument altéré le caractère distinctif de la marque, le défendeur s'en réfère au contenu du document accompagnant ses preuves d'usage, qu'il tient ici intégralement reproduit. Selon le défendeur, il n'est pas contesté, ni



contestable, qu'il fait effectivement usage du signe sur ses bouteilles et sur son site Internet. Le requérant le reconnaît explicitement dans son argumentation. Le fait que le défendeur utilise



également d'autres signes distinctifs tels que ou l'écureuil en fonds sur une étiquette n'entre pas en ligne de compte. La seule question que l'Office a dès lors à se poser est celle de savoir si l'usage du



signe est un usage qui altère ou non le caractère distinctif de la marque contestée telle qu'enregistrée au sens de l'article 2.23 bis (1) et (5) de la CBPI.

24. Si l'élément verbal NUTTS ORIGINAL est, en soi, distinctif, force est d'admettre que dans le logo tel qu'il est déposé, il ne constitue pas un élément dominant, étant écrit en petits caractères. C'est ainsi la forme circulaire qui sautera aux yeux du consommateur, bien davantage que les éléments effectivement écrits dans le logo enregistré, puisque difficilement lisibles, d'après le défendeur. L'usage des mots NUTTS ORIGINAL sous une autre forme ne rentre pas en ligne de compte dans le cadre de cette procédure.

25. S'agissant de l'usage sérieux de la marque contestée, le défendeur fait observer que le requérant se fonde sur les informations financières qu'il a pu obtenir à propos de la société du défendeur, ainsi que sur l'interprétation qu'il fait des numéros des factures produites pour conclure à l'absence d'un usage sérieux de la marque contestée. Il n'est aucunement question de déposer l'intégralité du facturier ou de la comptabilité du titulaire d'une marque pour prouver l'usage sérieux de celle-ci : quelques factures reprenant la marque et étalées tout au long de la période litigieuse, combinées à d'autres éléments, peuvent prouver

que la marque a été utilisée de manière sérieuse et continue sur le territoire en cause. Le défendeur tient à rappeler également que le défendeur est un producteur local de produits artisanaux, dont on ne peut attendre la vente de quantités industrielles de produits. Il n'en reste pas moins que sa marque contestée fasse l'objet d'un usage sérieux et continu dans son secteur d'activités.

26. A cet égard, si le rapport financier déposé par le requérant témoigne, certes, des difficultés financières rencontrées par la société du défendeur, le défendeur estime qu'il ne prouve aucunement un non-usage sérieux de sa marque contestée.

27. Le défendeur a donc démontré un usage sérieux de la marque contestée sur le territoire du Benelux, à tout le moins sous la forme utilisée, pour l'ensemble des produits et services en classes 33 et 35 pour lesquels elle a été enregistrée, et ce depuis 2012 au jour de rédaction de ses arguments.

28. Pour ces raisons, le défendeur demande à l'Office de déclarer cette demande en déchéance totalement non fondée. Dès lors, le défendeur invite l'Office à mettre les dépens entièrement à la charge du requérant.

III. Décision

A. Cadre juridique

29. En application de l'article 2.30bis, alinéa 1^{er}, sous a, CBPI, une demande en déchéance de l'enregistrement peut être présentée auprès de l'Office, notamment sur base des motifs visés à l'article 2.27, alinéa 2 CBPI. Dans ce cas, il appartient au défendeur de fournir la preuve que la marque contestée a fait l'objet d'un usage sérieux tel que prévu à l'article 2.23bis CBPI, pendant une période de cinq ans précédant l'introduction de la demande sur le territoire Benelux ou qu'il existait de justes motifs pour son non-usage.

30. La demande de radiation a été introduite le 15 février 2022. La période à prendre en compte – la période pertinente – s'étend donc du 15 février 2017 au 15 février 2022.

31. Conformément à la règle 1.41 RE, lue conjointement avec la règle 1.25 RE, les preuves d'usage doivent comprendre des indications sur le lieu, la durée, l'importance et la nature de l'usage qui a été fait de la marque contestée, pour les produits et services pour lesquels la marque a été enregistrée et contre lesquels la demande de radiation est dirigée.

32. Une marque fait l'objet d'un « usage sérieux » lorsqu'elle est utilisée, conformément à sa fonction essentielle qui est de garantir l'identité d'origine des produits ou des services pour lesquels elle a été enregistrée, aux fins de créer ou de conserver un débouché pour ces produits ou services, à l'exclusion d'usage de caractère symbolique ayant pour seul objet le maintien des droits conférés par cette marque.¹ L'appréciation du caractère sérieux de l'usage de la marque doit reposer sur l'ensemble des faits et des circonstances propres à établir la réalité de l'exploitation commerciale de celle-ci dans la vie des affaires, en particulier les usages considérés comme justifiés dans le secteur économique concerné pour maintenir ou créer des parts de marché au profit des produits ou des services protégés par la marque, la nature de

¹ CJUE 3 juillet 2019, C-668/17, ECLI:EU:C:2019:557, point 38 (Viridis) et CJUE 11 mars 2003, C-40/01, ECLI:EU:C:2003:145, point 43 (Ansul).

ces produits ou de ces services, les caractéristiques du marché, l'étendue et la fréquence de l'usage de ladite marque.² De plus, la condition relative à l'usage sérieux de la marque exige que celle-ci, telle qu'elle est protégée sur le territoire pertinent, soit utilisée publiquement et vers l'extérieur.³

33. Le Tribunal de l'UE a précisé qu'il n'est pas nécessaire que l'usage de la marque antérieure soit toujours quantitativement important pour être qualifié de sérieux.⁴ Dans l'interprétation de la notion d'usage sérieux, il convient de prendre en compte le fait que la *ratio legis* de l'exigence selon laquelle la marque doit avoir fait l'objet d'un usage sérieux ne vise ni à évaluer la réussite commerciale, ni à contrôler la stratégie économique d'une entreprise, ni encore à réserver la protection des marques à leurs seules exploitations commerciales quantitativement importantes.⁵

34. En outre, l'usage sérieux d'une marque ne peut pas être démontré par des probabilités ou des présomptions, mais doit reposer sur des éléments concrets et objectifs qui prouvent une utilisation effective et suffisante de la marque sur le marché concerné.⁶

B. Analyse des preuves d'usage introduites

35. Le défendeur soumet les documents suivants comme preuve de l'usage de la marque contestée :

1. Extrait du site www.nuttsoriginal.com non daté.
2. Etiquette d'une bouteille de liqueur NUTTS ORIGINAL non datée.
3. Etiquettes des différents produits NUTTS ORIGINAL non datées.
4. Deux articles de presse :
 - Le Journal officiel de la Ville de Genappe du mois d'août 2012, « Go Nutts with Pascal Lenoir ». L'article mentionne que Pascal Lenoir fait produire 3000 bouteilles de Nutts.
 - L'Avenir du 23 janvier 2013, « Une liqueur à la Noisette ».
5. Attestation de l'AWEX du 29 mars 2022 confirmant l'inscription de l'entreprise du défendeur à AWEX depuis 2011 en qualité de société exportatrice de spiritueux de la marque NUTTS ORIGINAL, ainsi que des photos de salons auxquels le défendeur a participé en 2015, 2016 et 2021.
6. Six Factures datant de 2017, 2018, 2019 et 2022.
7. Reportage photographique reprenant l'usage de la marque contestée.
8. Extrait du site Internet d'un distributeur français « All You Drink is love ».
9. Plusieurs extraits Facebook de la page NUTTS ORIGINAL durant la période pertinente 2017-2022.
10. Résultats de la recherche Google Image du terme NUTTS ORIGINAL en 2022.

Appréciation

36. L'Office établit d'abord que le défendeur ne produit aucune preuve où la marque contestée apparaît telle qu'enregistrée, ce qui est également reconnu par le défendeur. Il s'avère des preuves introduites que

² CJUE 31 janvier 2019, C-194/17, ECLI:EU:C:2019:80, point 83 (Pandalis) et CJUE 11 mars 2003, C-40/01, ECLI:EU:C:2003:145, point 43 (Ansul).

³ TUE 4 avril 2019, T-910/16 et T-911/16, ECLI:EU:T:2019:221, point 29 et la jurisprudence y mentionnée (Testa Rossa).

⁴ TUE 8 juillet 2004, T-334/01, ECLI:EU:T:2004:223, point 36 (Hipoviton) et TUE 30 avril 2008, T-131/06, ECLI:EU:T:2008:135, point 41 (Sonia Rykiel).

⁵ TUE 4 avril 2019, T-910/16 et T-911/16, ECLI:EU:T:2019:221, point 28 et la jurisprudence y mentionnée (Testa Rossa).

⁶ TUE 8 juillet 2020, T-686/19, ECLI:EU:T:2020:320, point 35 (GNC LIVE WELL).




le signe utilisé dans les pièces est le suivant . Ce signe porte les différences suivantes par rapport à la marque contestée : les éléments verbaux NUTTS ORIGINAL dans le cercle ont été supprimés, le cercle est constitué d'une ligne orange, un fond noir carré a été ajouté et les couleurs noires et blanches dans l'image de l'écureuil sont interverties.

37. Lorsqu'une marque est utilisée dans le commerce sous une forme différente par rapport à la forme sous laquelle l'enregistrement a été effectué, il convient de vérifier que le caractère distinctif de cette marque n'est pas altéré.⁷ Il faut donc clarifier ce qu'il faut entendre par caractère distinctif de la marque enregistrée et évaluer si la marque utilisée altère ce caractère distinctif. L'appréciation du caractère distinctif et dominant d'un ou de plusieurs composants d'une marque complexe doit être fondée sur les qualités intrinsèques de chacun de ces composants, ainsi que sur la position relative des différents composants dans la configuration de la marque.⁸ En ce qui concerne une omission, il convient d'observer que si l'élément omis est secondaire et non distinctif, son omission n'altère pas le caractère distinctif de la marque.⁹

38. Quant à la présentation différente dans la forme utilisée de la marque contestée, il convient d'observer que la variation des couleurs (le remplacement du noir et blanc et vice versa ainsi que l'ajout d'orange) n'est pas de nature à affecter le caractère distinctif de la marque contestée. En ce qui concerne l'élément verbal NUTTS ORIGINAL, l'Office fait observer qu'il s'agit d'un élément distinctif. Ceci est également confirmé par le défendeur (voir point 8). Bien que NUTS ORIGINAL (noix originales) soit descriptif, car il ferait référence à une caractéristique des produits en classe 33, NUTTS ORIGINAL est distinctif grâce au doublement de la lettre T. Il en résulte que l'omission de l'élément verbal NUTTS ORIGINAL dans la forme utilisée de la marque contestée est de nature à altérer le caractère distinctif de cette marque. Les pièces produites ne faisant référence qu'à la forme altérée de la marque contestée, elles ne peuvent pas servir à démontrer un usage sérieux de la marque contestée.



39. Pour autant que de besoin, l'Office tient encore à stipuler que l'usage du signe  ne constitue pas non plus un usage de la marque contestée telle qu'enregistrée étant donné que l'omission de l'élément figuratif distinctif de l'écureuil et l'usage d'une stylisation spécifique différente pour les mots NUTTS ORIGINAL altère de manière significative le caractère distinctif de la marque contestée.

40. Par souci d'exhaustivité, en ce qui concerne les factures introduites, l'Office tient encore à remarquer que le défendeur a produit six factures pour la période pertinente ne portant ensemble que sur 112 unités de boissons vendues. Compte tenu de la taille du marché des boissons alcooliques, ces factures ne peuvent pas être considérées suffisantes pour prouver la réalité d'une exploitation effective commerciale de la marque contestée sur le marché Benelux par le défendeur. En ce qui concerne la remarque du défendeur s'agissant des volumes de vente de 3000 bouteilles des produits concernés par an évoquées par

⁷ CJUE 11 octobre 2017, C501/15 P, ECLI:EU:C:2017:750, point 65 et jurisprudence citée (Cactus).

⁸ TUE 23 octobre 2002, T-6/01, ECLI:EU:T:2002:261, points 33 à 35 (Matratzen).

⁹ TUE 24 novembre 2005, T-135/04, ECLI:EU:T:2005:419, point 37 (Online Bus).

la presse en 2012 (voir point 11), l'Office fait observer qu'il s'agit d'une thèse qui ne concerne pas la période pertinente et qui ne peut pas non plus être extrapolée à la période pertinente car elle n'est pas étayée par des preuves montrant que de telles quantités de produits ont été effectivement commercialisées sous la marque contestée dans le Benelux au cours de la période pertinente.

Conclusion

41. L'ensemble des pièces fournies ne suffit pas à démontrer un usage sérieux de la marque contestée au Benelux pour la période pertinente.

B. Autres facteurs

42. Le requérant fait référence à une procédure en cessation lancée à l'encontre du gérant du requérant par le défendeur (voir point 13). L'Office fait observer que la procédure de radiation vise seulement la validité de la marque contestée et plus particulièrement la question de savoir si la marque contestée a fait l'objet d'un usage sérieux tel que prévu à l'article 2.23bis CBPI. D'autres procédures, et motifs y invoqués, ne peuvent pas être pris en considération dans le cadre de cette procédure.

43. Le requérant se réserve encore le droit de répondre à d'autres arguments développés par le défendeur (voir point 21). Tenant compte du principe du contradictoire, l'Office juge qu'en l'espèce il n'y a pas de raison justifiant une demande aux parties des arguments supplémentaires selon la règle 1.31, alinéa 2, sous f RE.

C. Conclusion

44. Le défendeur n'a pas démontré qu'il a fait un usage sérieux de la marque contestée dans le Benelux pendant les cinq années précédant la demande en déchéance ou qu'il existe un motif valable de non-usage.

IV. CONSÉQUENCE

45. La demande en déchéance portant le numéro 3000408 est justifiée.

46. L'enregistrement Benelux de la marque contestée 901256 est radié.

47. 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, 28 avril 2023



Tineke Van Hoey
(*rapporteur*)

Tomas Westenbroek

Camille Janssen

Agent chargé du suivi administratif : Vincent Munier