

Copie conforme
exempt du droit d'expédition
art 509 § 1° de la Loi

**La COUR D'APPEL DE BRUXELLES,
18 CHAMBRE,**

N°: 1994

après délibéré, prononce l'arrêt suivant :

N°Rép.: 2009/

R.G. N° 2009/AR/1635

7233

EN CAUSE DE :

La société de droit autrichien **MARKO SCHUHFABRIK GMBH**, dont le siège social est établi à A - 4794 Kopfling (Autriche), Hauptstraße 35;
Partie requérante;

représentée par Maître T. de HAAN loco Me.
✓ Philippe PETERS, avocat à 1170 BRUXELLES, chaussée de La Hulpe 177/6;

Benelux-Hendri

Chambre 18

CONTRE :

✓ La SA de droit français **ETAM**, dont le siège social est établi à F - 92110 Cllichy (FRANCE), rue Henri Barbusse 57-59;
partie défenderesse ;

qui ne comparait pas ni n'est représentée ;

Audience du
13 -10- 2009

Arrêt définitif

N°. 1295

2009/AR/1635 - 18^e chambre

p.2

Concernant la procédure.

01. Par requête déposée le 15 juin 2009 au greffe de la cour, la requérante a introduit un appel en application de l'article 2.17,1 de la Convention Benelux en matière de propriété intellectuelle.

Le recours est dirigé contre la décision de l'Office Benelux de la Propriété Intellectuelle (ci-après l'OBPI) du 15 avril 2009 rejetant l'opposition de la requérante contre l'enregistrement de la marque Benelux "Think Chic Etam" déposée le 7 décembre 2006.

02. Le conseil de la requérante a été entendu à l'audience publique du 8 septembre 2009.

La partie défenderesse, dûment convoquée, n'était ni présente ni représentée à cette audience.

La partie requérante a demandé que la cause soit jugée par défaut à l'égard de la partie défenderesse.

Les faits et l'objet de la demande.

03. La requérante est titulaire de l'enregistrement international de la marque verbale "Think" (n° 801538 du 8 avril 2003), couvrant notamment le Benelux, pour les sacs à dos et ceintures-bananes (classe 18) et les vêtements, chaussures et articles de chapellerie (classe 25).

04. La défenderesse a déposé deux marques Benelux:

1) La marque verbale "Think Chic" en date du 24 août 2006 (dépôt n° 1117774) pour les produits suivants:

- sacs, à savoir sacs à main, sacs à dos, sacs d'écoliers et sacs de voyage; trousse de toilette et de maquillage (vides); valises; coffres de voyages; portefeuilles; porte-monnaie (non en métaux précieux); porte-cartes (portefeuilles); parapluies, parasols et cannes, (classe 18),

N°. 1996

2009/AFV/1635 - 18^e chambre

p.3

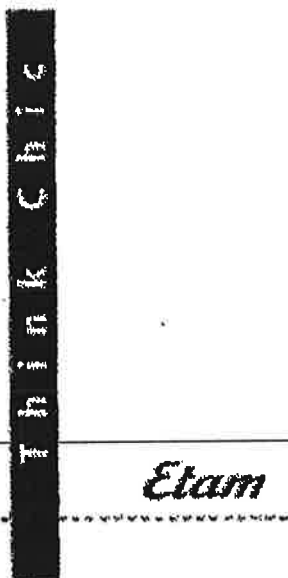
- vêtements (habillement), à savoir robes, manteaux, tailleurs, pantalons, jupes, chemises, chemisiers, t-shirts, gilets, pull-overs, vestes, shorts, gants, bas, chaussettes, ceintures et foulards; vêtements de nuit, à savoir pyjamas, robes de chambre et chemises de nuit; articles de lingerie, à savoir combinaisons, slips, soutien-gorges et culottes; chaussures (à l'exception des chaussures orthopédiques); chapellerie, (classe 25).
- 2) La marque complexe "Think Chic Etam" en date du 7 décembre 2006 (dépôt n° 1124730) pour les produits suivants:
- sacs, sacs à main, à dos, sacs d'écoliers, sacs de voyage, sacs de plage, trousse de toilette et de maquillage (vides); valises; coffres de voyages; portefeuilles; porte-monnaie (non en métaux précieux); porte-cartes (portefeuilles), étuis pour clés (maroquinerie), parapluies, parasols, cannes, (classe 18),
 - vêtements, à savoir robes, manteaux, tailleurs, pantalons, jupes, chemises, chemisiers, t-shirts, gilets, pull-overs, vestes, shorts, gants, bas, chaussettes, ceintures, foulards, écharpes, vêtements de nuit, pyjamas, robes de chambre, chemises de nuit, articles de lingerie, sous-vêtements, combinaisons, slips, soutien-gorges, culottes, peignoirs, maillots de bain, costumes de plage, chaussures (à l'exception des chaussures orthopédiques), y compris chaussures de plage, bottes, bottines, chaussons, ballerines; chapellerie, (classe 25).

N°. 2294

2009/AP/1635 - 18^e chambre

p.4

La marque complexe "Think Chic Etam" se présente comme suit:



05. La requérante a introduit des procédures en opposition aussi bien en ce qui concerne la marque "Think Chic" qu'en ce qui concerne la marque "Think Chic Etam".

06. En ce qui concerne la marque "Think Chic", l'OBPI a décidé le 15 avril 2009 que l'opposition était fondée, que la marque "Think Chic" ne serait pas enregistrée, et ce en raison du fait que "le degré de ressemblance entre les marques en cause aux niveaux conceptuel, auditif et visuel est suffisant pour pouvoir considérer qu'il existe un risque de confusion entre celles-ci", que "les produits sont identiques ou similaires" et que "le public pertinent est susceptible de penser que les produits revêtus de la marque postérieure proviennent de l'entreprise titulaire de la marque antérieure ou d'entreprises économiquement liées.

07. Pour la marque "Think Chic Etam" par contre, l'OBPI déclara l'opposition de la requérante non fondée, considérant que "le public pertinent n'est pas susceptible de penser que les produits revêtus de la marque postérieure peuvent provenir de l'entreprise titulaire de la marque antérieure ou d'entreprises économiquement liées", "que le degré de ressemblance entre les marques en cause aux niveaux

N°. 1208

2009/AR/1635 -- 18^e chambre

p.5

visuel, conceptuel et auditif, n'est pas suffisant pour pouvoir considérer qu'il existe un risque de confusion entre celles-ci".

Cette décision date également du 15 avril 2009.

08. Par requête déposée le 15 juin 2009, la requérante Interjeta appelle de la décision par laquelle son opposition contre le dépôt de la marque "Think Chic Etam" est déclarée non fondée.

Son appel tend à:

- Entendre constater expressément la compétence de la cour de céans en application des articles 2.17,2, et 4.6,3 de la Convention Benelux en matière de propriété intellectuelle.
- Entendre déclarer l'appel recevable et fondé.
- Entendre mettre à néant la décision de l'OBPI du 15 avril 2009 (n° 2001157).
- Entendre déclarer l'opposition de la requérante à l'enregistrement de la marque Benelux "Think Chic Etam" déposée le 7 décembre 2006 sous le numéro 1124730 fondée et, en conséquence, entendre ordonner la radiation de ce dépôt Benelux.
- Entendre ordonner au greffier de la cour de céans d'adresser une copie conforme de l'expédition du présent arrêt à l'OBPI, conformément à l'article 1.14 de la Convention Benelux en matière de propriété intellectuelle.
- Entendre condamner la défenderesse aux dépens, taxés par la requérante à 1.000 € pour la procédure devant l'OBPI, 186 € pour le dépôt de la requête d'appel et 1.200 € à titre d'indemnité de procédure.

Résumé du point de vue de la partie requérante.

09. La requérante estime que l'OBPI n'a manifestement pas appliqué le principe de l'interdépendance des facteurs de manière correcte et que dans la décision litigieuse il est fait une appréciation erronée des facteurs en présence.

Elle souligne que si au terme d'une analyse prospective un risque de confusion directe ou indirecte est établi, la marque litigieuse ne peut être enregistrée.

Selon la requérante, le risque de "confusion indirecte" consiste en le

N°. 1999

2009/AF/1635 - 18^e chambre

p.6

fait que le consommateur pensera que le producteur de produits "Think" (ou "Think Chic" si on y accole un adjectif descriptif) a conclu un accord de licence, de concession, de distribution ou de partenariat avec la défenderesse.

La requérante fait valoir ce qui suit.

10. Les produits pour lesquels la marque "Think Chic Etam" a été déposée en classe 25 sont identiques à ceux pour lesquels la marque antérieure "Think" a été enregistrée.

Les produits pour lesquels la marque "Think Chic Etam" a été déposée en classe 18 sont soit identiques à ceux pour lesquels la marque "Think" a été enregistrée en classe 18, soit hautement similaires à tous les produits pour lesquels la marque "Think" est enregistrée en classes 18 et 25.

~~Vu ces constatations, un faible ressemblance entre les marques suffit pour conclure à l'existence d'un risque de confusion.~~

11. Il a été décidé par l'OBPI le 15 avril 2009 et par arrêt du 23 novembre 2007 prononcé par la Cour d'appel de Paris qu'il existe un risque de confusion entre les marques verbales "Think" et "Think Chic".

Dans la marque litigieuse "Think Chic Etam", la défenderesse s'est contentée de reprendre le syntagme contrefaisant "Think Chic" en y ajoutant perpendiculairement son nom "Etam" en caractères plutôt petits.

Il ne suffit pas d'adjoindre son nom à un signe contrefaisant et d'utiliser visuellement une présentation perpendiculaire banale pour effacer toute ressemblance quelconque.

La présentation visuelle de "Think Chic Etam" accentue la position distinctive autonome du syntagme "Think Chic", qui n'est qu'une déclinaison élogieuse de la marque "Think".

Le terme "Chic" est descriptif pour les produits en cause qui ont une fonction esthétique commune en contribuant, ensemble, à l'image extérieure du consommateur (TPICE, 11 juillet 2007, T-443/05, P/ranha, point 49).

12. La marque "Think Chic Etam" doit être considérée dans son ensemble, c'est-à-dire en ayant égard tant à l'élément "Think Chic" qu'à l'élément Etam.

N°. 1300

2009/AR/1635 - 18^e chambre

p.7

Il ne peut être procédé à une appréciation limitée à un seul élément jugé dominant car ce n'est que si toutes les autres composantes de la marque sont négligeables que l'appréciation de la similitude pourra se faire sur la seule base de l'élément dominant (CJCE, 12 juin 2007, C-334/05P, Limonchelo, point 42).

L'élément "Think Chic" n'est pas négligeable et fait dès lors partie de l'appréciation d'ensemble.

13. Par conséquent, comme la marque litigieuse reprend et contient la marque "Think", sans l'altérer, les marques "Think" et "Think Chic Etam" présentent un degré certain de ressemblance, tant visuellement qu'auditivement.

La conclusion de l'OBPI selon laquelle il n'y a aucune ressemblance est manifestement erronée.

14. De par la représentation graphique choisie, le consommateur comprend que "Think Chic" est la marque d'une gamme de produits appartenant à "Etam".

A terme, le public pourra croire que les produits "Think" de la requérante ont pour origine commerciale la défenderesse, ce qui n'est pas le cas.

15. En outre, le consommateur pensera que le producteur des produits "Think" (ou "Think Chic" si on y accole un adjectif descriptif) a conclu un accord de licence, de concession, de distribution ou de partenariat avec Etam, qu'il existe un lien économique entre les deux parties.

Appréciation de la cour.

La compétence.

16. Vu les articles 2.17.2 et 4.6.3 de la Convention Benelux en matière de propriété intellectuelle, la cour de céans est territorialement compétente pour juger de la présente cause.

La recevabilité.

N°. 1301

2009/AR/1635 - 18^e chambre

p. 8

17. L'appel a été introduit dans le délai de deux mois prévu à l'article 2.17.1 de la Convention Benelux en matière de propriété intellectuelle et est dès lors recevable.

Le fond

18. Vu les produits des classes 18 et 25 sur lesquels l'opposition est basée d'une part, et les produits des classes 18 et 25 contre lesquels l'opposition est dirigée, il y a lieu de conclure que tous les produits concernés sont soit identiques, soit similaires.

19. L'article 2.14.1 de la Convention Benelux en matière de propriété intellectuelle dispose:

"Le déposant ou le titulaire d'une marque antérieure peut, dans un délai de deux mois à compter du premier jour du mois suivant la publication du dépôt, introduire auprès de l'Office une opposition écrite à une marque qui:

a. prend rang après la sienne, conformément aux dispositions de l'article 2.3, sous a et b, (...)"

Cet article 2.3, a et b, de la Convention stipule:

"Le rang du dépôt s'apprécie en tenant compte des droits, existant au moment du dépôt et maintenus au moment du litige à:

a. des marques identiques déposées pour des produits ou services identiques;

b. des marques identiques ou ressemblantes déposées pour des produits ou services identiques ou similaires, lorsqu'il existe, dans l'esprit du public, un risque de confusion qui comprend le risque d'association avec la marque antérieure;"

Dans le cas d'espèce, l'opposante, actuellement la requérante, invoque l'existence de marques ressemblantes déposées pour des produits identiques et similaires et pour lesquelles il existe, dans l'esprit du public, un risque de confusion.

20. Pour examiner l'existence d'un risque de confusion il y a lieu, selon la jurisprudence de la Cour de Justice des CE, non pas de prendre en considération uniquement une composante d'une marque complexe et à la comparer avec une autre marque, mais au contraire d'opérer la comparaison en examinant les marques en cause,

N° 1302

2009/AR/1635 - 18^e chambre

p.9

considérées chacune dans son ensemble, ce qui n'exclut pas que l'impression d'ensemble produite dans la mémoire du public pertinent par une marque complexe puisse, dans certaines circonstances, être dominée par une ou plusieurs de ses composantes.

Ce n'est que si toutes les autres composantes de la marque sont négligeables que l'appréciation de la similitude pourra se faire sur la seule base de l'élément dominant.

(CJCE, arrêt du 12 juin 2007 dans l'affaire OHMI v. Shaker di L. Laudato & C. Sas, C-334/05 P, n° 41 et 42.)

21. Dans le cas d'espèce, le public pertinent est le consommateur moyen, normalement informé, raisonnablement attentif et avisé.

22. La marque "Think" de la requérante est une marque verbale, constituée d'un seul mot.

La marque contestée "Think Chic Etam" est une marque complexe qui comprend notamment les mots Think, Chic et Etam.

Les mots Think et Chic sont placés l'un à côté de l'autre dans une ligne verticale du côté gauche du signe. Cette ligne est coupée par un pointillé au dessus duquel le mot Etam est reproduit en italique.

Ainsi, l'ensemble n'est pas limité à un ensemble de signes verbaux, mais présente en outre un aspect figuratif.

23. Vu la présentation graphique de la marque "Think Chic Etam", il ne peut être admis, comme l'invoque la requérante, que la position distinctive autonome du syntagme "Think Chic" est accentué.

La ligne verticale avec les mots "Think Chic" et le pointillé horizontal au dessus duquel est reproduit le mot Etam, se rejoignent et se croisent, en sorte que domine nettement l'impression d'un ensemble, d'un tout.

24. La cour constate qu'il n'existe, entre la marque verbale "Think" et la marque complexe "Think Chic Etam", aucune similarité conceptuelle.

Le fait que la marque "Think Chic Etam" contient le mot "Think" n'a, vu la présentation graphique de la marque "Think Chic Etam", pas pour conséquence qu'il existe une ressemblance entre les marques "Think" et "Think Chic Etam", qui peut d'ailleurs également être lue et prononcée comme "Etam Think Chic" (ce qui n'est pas illogique, le mot "Etam" étant reproduit horizontalement et les mots "Think Chic"

N°. 1303

2009/AR/1635 - 18^e chambre

p.10

sur une barre verticale).

En outre, les structures de la marque "Think" et de la marque "Think Chic Etam" (ou "Etam Think Chic") sont différentes, aussi bien dans leur longueur que dans leur composition.

Comme l'on peut aussi bien lire et prononcer "Think Chic Etam" que "Etam Think Chic", c'est à tort que la requérante argue qu'auditivement, le mot "Think" se trouve "en position d'attaque": ceci n'est pas nécessairement le cas.

25. La requérante fait référence au fait qu'il a déjà été jugé que la marque verbale "Think Chic" crée un risque de confusion avec la marque verbale "Think".

Cette constatation manque de pertinence, chaque cause devant être appréciée sur ses propres mérites. Par ailleurs la cour a considéré que la comparaison des signes litigieux ne peut rester limitée à leur aspect verbal.

26. Il découle des constatations qui précèdent qu'il n'existe pas, dans l'esprit du public concerné, entre la marque verbale "Think" et la marque complexe figurative et verbale "Think Chic Etam", un risque de confusion.

27. Le seul fait que le mot "Think" fait partie de la marque complexe "Think Chic Etam", n'a, compte tenu de la présentation et de la structure de la marque litigieuse, pas pour conséquence que le consommateur moyen pourra croire que les produits "Think" ont pour origine commerciale la défenderesse ou qu'il existe des liens économiques entre les parties.

C'est à tort que la requérante, pour démontrer le contraire, fait valoir qu'elle seule a un monopole sur la marque "Think", combinée ou non avec un qualificatif descriptif tel que "chic".

Si, en effet, la requérante s'est vue conférer des droits de marque concernant le signe "Think", cela n'implique pas pour autant qu'il existe, pour des marques pour des produits identiques ou similaires, une interdiction absolue d'utiliser le mot "Think": seul le risque de confusion, qui comprend le risque d'association avec la marque antérieure, doit être pris en considération.

28. Il découle de ce qui précède que l'appel n'est pas fondé.

La requérante supporte dès lors ses propres dépens.

N°. 1304 2009/AR/1635 - 18^e chambre p.11

**PAR CES MOTIFS,
LA COUR, statuant par défaut à l'égard de la partie défenderesse,**

Vu la loi du 15 juin 1935 sur l'emploi des langues en matière judiciaire;

Se déclare compétente pour connaître de la cause.

Déclare la demande recevable mais non fondée, en déboute la partie requérante.

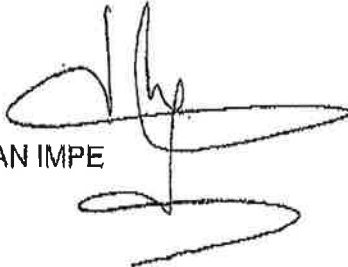
Dit que la requérante supporte ses propres dépens.

Ainsi jugé et prononcé à l'audience publique civile de la chambre 18 de la Cour d'appel de Bruxelles le 13 -10- 2009

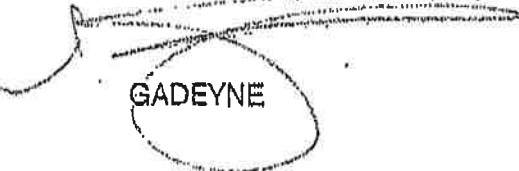
Où étaient présents :

- Mr. P. BLONDEEL,
- Mme. S. GADEYNE,
- Mr. E. BODSON,
- Mme. D. VAN IMPE,

Président,
conseiller,
conseiller,
greffier.


VAN IMPE


BODSON


GADEYNE


BLONDEEL