

N°:

1048 ✓

R.G. N°: 2010/AR/2240

N° rép.: 2011/ 6068

LA COUR d'APPEL DE BRUXELLES
18^{ième} chambre,
siégeant en matière civile,
après en avoir délibéré, rend l'arrêt suivant :

Arrêt définitif

**du 21 septembre
2011**

EN CAUSE DE :

BEAL INTERNATIONAL S.A., dont le siège social est établi à 5081 MEUX, rue des Bailleries 4, partie requérante,

représentée par Maître LEFEBVRE Cédric O., avocat à 1348 LOUVAIN-LA-NEUVE, Rue de Clairvaux 40/202 ;

CONTRE :

La société de droit français SAINT GOBAIN WEBER, dont le siège social est établi à 77170 SERVON, rue de Brie (France), partie défenderesse,

représentée par Maître DE HAAN Tanguy, avocat à 1170 BRUXELLES, Chaussée de la Hulpe 120 ;

I. La procédure devant la cour.

01. La requête introductive a été déposée au greffe de la cour le 6 août 2010 en application de l'article 2.17 de la Convention Benelux en matière de Propriété Intellectuelle (CBPI) du 25 février 2005.

Le recours est dirigé contre la décision n° 2004162 de l'Office Benelux de la Propriété Intellectuelle (OBPI) du 07 juin 2010 qui fait droit à l'opposition introduite par la défenderesse contre l'enregistrement accéléré d'une marque semi-figurative et ordonne la radiation partielle de cette marque pour les classes qui font l'objet de l'opposition.

02. Les parties ont déposé des conclusions et ont été entendues à l'audience publique du 8 mars 2011.

+ org. APB.
Propriété Intellectuelle
799 + cc SPF-Expansivo
Service des Tribunaux

03. Le ministère public a déposé un avis écrit le 29 mars 2011.

04. Les parties n'ont pas répondu à l'avis du ministère public dans le délai qui leur était imparti.

05. L'affaire a été mise en délibéré le 5 avril 2011 sur pied de l'article 769 du Code judiciaire.

II. Les faits, la décision attaquée et la position des parties.

06. La demanderesse a procédé le 16 février 2009 au dépôt de la marque complexe reproduite ci-dessous pour des produits en classes 2 et 27 comme suit:

classe 2 : couleurs, vernis, laques, préservatifs contre la rouille et contre la détérioration du bois, matières tinctoriales, mordants, résines naturelles à l'état brut, métaux en feuilles et en poudre pour peintres, décorateurs, imprimeurs et artistes ;

classe 27 : tapis, paillasons, nattes, linoléum et autres revêtements de sols, tentures murales non en matières textiles.



Le dépôt portant le numéro 859909 a été enregistré le 17 mars 2009 suivant la procédure accélérée, sous le numéro 1176205. Il réclame les couleurs blanc, bordeaux et brun.

07. Le 27 mai 2009, la défenderesse introduisait opposition en application de l'article 2.14 contre tous les produits de la marque opposée en invoquant les droits relatifs à l'enregistrement international 447103 de sa marque 'motex' pour tous les produits et services concernés par cette marque.

08. Par lettre du 29 septembre 2009, le mandataire de l'opposante communiquait qu'elle réduisait la portée de l'opposition en la limitant aux produits couverts par la marque en classe 2 et à une partie des produits en classe 27 dans la mesure où des produits peuvent être considérés comme similaires à des matériaux de construction, en particulier 'linoléum et autres revêtements de sols, tentures murales non en matières textiles'.

Le mandataire indiquait que l'opposition était fondée sur les articles 2.14. 1 A sous a et 2.3 sous b de la CBPI, qui ouvrent au titulaire d'une marque une voie d'opposition à une marque prenant rang après la sienne lorsque celle-là est *'postérieure identique ou ressemblante déposée pour des produits 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'*.

La marque enregistrée antérieurement par l'opposante concerne le vocable 'motex', qui fait l'objet d'un enregistrement international n° 477103 daté du 9 juin 1983 pour les produits en classe 19, 'matériaux de construction'.

09. Les arguments pour étayer l'opposition portent sur la similitude tant entre les marques qu'entre les produits concernés.

L'opposante explique qu'il existe un risque de confusion entre les deux marques eu égard à leur similitude visuelle et phonétique d'une part ainsi qu'à la similitude entre les produits qu'elle vise et les matériaux de construction, couverts par sa marque, d'autre part, le public pertinent étant celui du consommateur moyen. Elle ajoutait que sa marque était constamment utilisée depuis de nombreuses années, notamment en France et au Benelux, ainsi que dans de nombreux autres pays européens.

Elle indique que les similitudes visuelles sont très étroites en raison de la reproduction quasi identique dans le signe contesté de l'élément unique et hautement distinctif de la marque antérieure 'motex'. Selon elle, l'ajout du terme 'color' n'est pas de nature à éluder la ressemblance, dès lors que ce terme revêt un caractère exclusivement descriptif pour les produits visés. Les lettres 'M' et 'C' et l'agencement semi-graphique de l'élément verbal n'empêcheront pas la ressemblance non plus.

Phonétiquement, les deux signes sont très proches, la consonne 'r' ne créant guère de différence. Les marques n'ayant pas de signification, une question de similitude conceptuelle ne se pose pas.

L'opposante estime que les produits couverts en classe 2 sont très proches de ceux en classe 19: (i) les matériaux de construction forment une classe générique qui peut inclure notamment des isolants solides ou liquides, des enduits et des mortiers servant à effectuer un revêtement isolant ou décoratif à l'instar de la vocation de la peinture en classe 2 ; (ii) les matériaux de construction comprennent également des matériaux de rénovation et chacun de ces produits est susceptible d'être commercialisé dans des rayons identiques dans les mêmes grandes surfaces.

Pour ce qui concerne les produits visés en classe 27, elle estime qu'il s'agit de produits similaires, étant donné que les matériaux de construction peuvent inclure des produits qui sont concurrents ou complémentaires auxdits produits (p.ex. parquets stratifiés ou non, des parois, des panneaux de fibres).

Dans ce même écrit, l'opposante indiquait que l'actuelle demanderesse avait déposé trois autres marques verbales auxquelles une opposition était également faite sur la base de la même marque antérieure. Dans un courrier du 2 octobre 2009, elle demandait que ces oppositions soient examinées ensemble.

10. En réponse à cette communication, le conseil de la déposante a introduit le 09 décembre 2009 une note d'observations.

Il argumentait que si les produits en classes 2 et 27 ont également trait au domaine général de la construction, la peinture et la décoration couvrent une réalité totalement différente de la construction proprement dite. En outre, il signale que les produits sont destinés à des professionnels, qui constituent un public averti.

Les similitudes entre le signe verbal 'motex' et la marque figurative déposée serait quasi inexistant, étant donné qu'il y a lieu d'apprécier la ressemblance globale. Dans son approche, l'élément dominant de la marque figurative est constitué des lettres M et C.

S'il fallait considérer l'élément 'mortex' comme élément dominant, il n'y aurait toujours pas lieu d'admettre une similitude entre les signes. La présence de la lettre 'r' au milieu du mot constitue une différence visuelle fondamentale et crée une césure entre les deux syllabes, ce qui devrait permettre au public de distinguer les deux marques. Sur le plan auditif, il est argumenté que la prononciation des deux mots est clairement différente et que notamment la présence de la consonne 'r' donne une sonorité bien différente.

Par ailleurs, il défendait que les ressemblances auditives et visuelles étaient neutralisées par la différence conceptuelle : le mot 'mortex' fait penser à 'mortier', tandis que 'motex' ne signifie, ni n'évoque rien de particulier.

A titre surabondant, elle indiquait que le signe 'mortex' était utilisé, avant ce dépôt, depuis de nombreuses années sans que l'opposante s'en soit inquiétée, suggérant de la sorte la mauvaise foi de cette dernière.

11. Sur l'examen de la similitude, la décision attaquée considère tout d'abord que les produits doivent être pris en considération tels que mentionnés au registre et qu'indiqués dans la demande de marque.

Elle constate que d'un côté les produits en classes 2 - surtout destinés à l'embellissement - et 27 - produits d'aménagement et d'entretien du sol, murs et autres constructions - sont différents des matériaux de construction, mais qu'ils présentent des liens suffisamment étroits en ce qu'ils sont destinés au même public, peuvent être complémentaires et acquis dans un même établissement.

La conclusion est que les produits présentent un certain degré de similitude.

12. En ce qui concerne la similitude des signes, la décision indique qu'elle est appréciée au départ par la perception des marques qu'en a le consommateur moyen, celui-ci percevant la marque globalement en ne se livrant pas à une analyse de ses détails.

Elle pose le principe selon lequel dans le cas d'une marque complexe, l'impression d'ensemble peut être dominée par un ou plusieurs éléments dominants.

13. La similitude conceptuelle est exclue en raison du fait qu'aucun des signes concernés n'a une signification dans une des langues comprises

par le public au Benelux. La décision relève que quand bien même le mot 'color' fait penser à 'couleur', le public ne le considérera pas comme l'élément distinctif et dominant, dès lors qu'il le percevra comme élément descriptif.

Par ailleurs il rejette l'argument que le signe 'mortex' fera penser immédiatement au mortier, la marque n'ayant pas une signification claire et déterminée qui puisse être saisie immédiatement par le public.

Quant à la ressemblance visuelle, l'OBPI considère que s'agissant d'une marque complexe il y a lieu de considérer les éléments dominants et que l'appréciation du caractère dominant d'un ou plusieurs composants requiert de prendre en compte notamment les qualités intrinsèques de chacun de ces composants en les comparant à celles des autres composants.

Elle estime que l'attention du consommateur sera sans aucun doute attiré par l'élément MC, qui est l'élément dominant, vu sa taille et sa place qu'il occupe dans le signe. Elle considère ensuite que le public percevra également l'autre élément verbal 'Mortex color', vu que cet élément occupe une position autonome et distinctive et qu'il est en outre l'élément le plus long du signe.

Elle relève que le premier mot 'mortex' partage les mêmes lettres d'attaque 'm' et 'o' et la même séquence finale 'tex' et que ce mot est le plus distinctif, le mot 'color' étant descriptif.

La conclusion est qu'il y a une ressemblance visuelle limitée.

14. Sur le plan phonétique, la décision relève que le consommateur pourrait faire référence au signe querellé en faisant référence à l'abréviation MC, soit l'élément le plus facile à prononcer, mais qu'il pourrait d'abord ou également utiliser l'autre élément verbal 'mortex color'.

L'Office considère qu'il existe une ressemblance phonétique limitée.

15. Dans son appréciation globale du risque de confusion, la décision attaquée tient compte de l'interdépendance des facteurs pertinents : l'attention du public cible, l'identité ou la similitude des produits et la ressemblance des signes.

L'OBPI considère que les produits sont destinés à un public mixte avec un niveau d'attention variable. Il en conclut qu'il y a lieu de retenir un niveau d'attention normal. Il estime que le caractère distinctif de la marque antérieure est également normal.

Par ailleurs il rejette comme non pertinents les arguments tirés de l'utilisation du terme 'mortex' avant son dépôt comme nom commercial et du manque d'utilisation de la marque 'motex', la défenderesse sur opposition n'ayant pas demandé au préalable des preuves d'usage.

16. La conclusion générale est qu'en raison des similitudes le public concerné peut croire que les produits en cause proviennent de la même entreprise ou d'entreprises liées économiquement et que, partant, il existe un risque de confusion.

L'opposition est déclarée justifiée pour tous les produits en classe 2 et en ce qui concerne les produits en classe 27 pour le linoléum et autres revêtements de sols, tentures murales non en matières textiles. L'enregistrement est radié pour ces produits et maintenu pour les autres produits en classe 27.

17. La demanderesse demande d'annuler la décision querellée et de mettre les dépens, y compris l'indemnité de procédure de 1.320 euros, à charge de la défenderesse.

Sa critique porte sur l'appréciation par l'OBPI des éléments de similitude des signes et des produits.

18. Elle estime tout d'abord que le risque de confusion doit être apprécié en fonction d'un public cible composé de professionnels du bâtiment ou à tout le moins de bricoleurs avertis.

Ses observations relatives à la similitude des produits ne portent pas sur les classes 2 et 27 (elle indique erronément que le dépôt vise la classe 19), mais elle argumente en général que les produits présentent des caractéristiques techniques particulières qui devraient suffire à éviter toute confusion.

La demanderesse conteste ensuite les différents éléments que l'OBPI a retenus pour conclure à la présence de similitude globale entre les signes et elle insiste sur la ressemblance globale qu'il est difficile de retrouver. L'élément dominant étant constitué des lettres MC et les autres mots ne formant qu'un 'sous-titre', il est, selon elle, exclu d'établir une ressemblance quelconque entre les deux marques.

En outre, si l'élément verbal 'mortex' était considéré comme élément dominant, l'examen sur les plans visuel, auditif et conceptuel démontrerait une différence fondamentale entre les deux signes. La différence conceptuelle neutralise en tous cas les éléments de similitude visuelle et auditive entre le vocable 'motex' et le signe complexe 'mortex'. Elle estime notamment que le vocable 'mortex' évoque immédiatement le mortier, tandis que le mot 'motex' ne signifie ni n'évoque rien de particulier.

Finalement, elle attire l'attention sur des circonstances spécifiques du cas que l'OBPI aurait omis de considérer: la coexistence pendant des années de la marque 'motex' avec le signe 'mortex' en France et en Belgique, le défaut d'usage de la marque 'motex' et l'existence dans le secteur de la construction de plusieurs marques similaires qui ne posent pas de problème de confusion aux yeux de la défenderesse.

19. La défenderesse conclut qu'il y a lieu de rejeter le recours et demande de condamner la demanderesse au paiement d'une indemnité de procédure de 1.320 euros.

Elle estime que les marques se ressemblent sur le plan visuel eu égard au seul élément distinctif qu'est le mot 'mortex'. Dans la perception globale de la marque, l'élément MC n'est selon elle perçu que comme

abréviation des mots mortex et color. Or, les deux mots 'motex' et 'mortex' sont quasi-identiques. Elle indique que la décision s'inscrit parfaitement dans la jurisprudence qui admet la ressemblance visuelle entre une marque verbale et une marque semi-figurative reprenant partiellement la marque verbale.

Il y a, selon elle, également une ressemblance sur le plan auditif, étant donné que le public pertinent ne prononcera probablement pas l'abréviation MC, mais les mots 'mortex color', seul le mot 'mortex' étant distinctif.

Elle indique que la première syllabe des deux mots 'motex' et 'mortex' débute par le même son clair et que la deuxième est identique. La séquence des sons produits par les voyelles est identique.

Les deux signes ne renvoyant pas à une même idée et n'ayant aucune signification particulière, la ressemblance conceptuelle est inexistante. En tous cas, il ne pourrait être conclu à la neutralisation des ressemblances visuelles et auditives des signes, à défaut de signification claire et déterminée susceptible d'être saisie immédiatement pour la marque querellée.

Elle estime que les signes sont visuellement et auditivement suffisamment ressemblants pour conclure à l'existence d'un risque de confusion.

III. Discussion.

20. L'opposition faite par la défenderesse sur base de l'article 2.14.1 CBPI, est ouverte au déposant ou au titulaire d'une marque antérieure notamment lorsque celle-ci prend rang après la sienne, conformément aux dispositions de l'article 2.3, sous a et b.

L'article 2.3 sous b CBPI vise le cas où des marques identiques ou ressemblantes ont été déposées pour des produits ou services identiques ou similaires et qu'il existe, dans l'esprit du public, un risque de confusion avec la marque antérieure.

Dès lors, il ne sera, dans le cas d'espèce, fait droit à l'opposition que lorsque la similitude entre les produits ou services couverts par les marques et les ressemblances entre la marque antérieure et le signe déposé sur les plans visuel, auditif ou conceptuel sont de nature à admettre qu'il puisse exister un risque de confusion dans l'esprit du public.

21. Un signe déposé à l'enregistrement ne peut faire fonction de marque que s'il est distinctif, ce qui suppose qu'il est apte à identifier les produits ou services pour lesquels la protection par la marque est réclamée comme provenant de l'entreprise titulaire de la marque (CJUE arrêt du 04 mai 1999, affaires Windsurfing Chiemsee, C-108/97 et C-109/97, point 49; CJUE arrêt du 25 octobre 2007, affaire Develey, C-238/06, point 79).

Le pouvoir distinctif porte essentiellement sur la question de savoir si le public pertinent pourra, sur la base de la marque et selon ses expériences positives ou négatives qu'il aura eues avec les produits, établir

ses choix, soit pour réitérer l'achat, soit pour l'éviter (TUE, arrêt du 12 mars 2008, affaire Compagnie SAS, T-341/06, point 29).

22. Il s'ensuit que lors de l'examen du risque de confusion entre deux marques en fonction des similitudes, l'appréciation doit se faire globalement et au regard du pouvoir distinctif, les éléments dominants y étant prépondérants, ainsi qu'au regard du degré de similitude entre les produits concernés.

Plus le niveau de similitude est élevé, plus il est plausible que le public cible pourra croire que les produits couverts par les deux marques proviennent d'une même entreprise ou d'entreprises économiquement liées.

Le risque de confusion s'appréciant concrètement dans le chef du public cible, il y a lieu de déterminer d'abord ce public pertinent.

23. Le dépôt 1176205 relatif à la marque complexe querellée indique que la protection est réclamée pour tous les produits en classes 2 et 27, qui y sont énumérés.

Par conséquent, le public cible doit être déterminé en fonction des produits en ces classes en tant que tels.

Il est sans importance quant à ce que ladite marque ne couvre actuellement que trois types de mortiers (mortiers d'étanchéité pour caves, réservoirs et piscines, revêtements monocouches colorés pour sols et murs, mortiers à prise rapide ou de réparation sans retrait), la protection réclamée réservant au seul titulaire l'utilisation de la marque pour tous les autres produits en lesdites classes.

24. Les produits en classe 2 sont largement réservés aux professionnels mais les couleurs, vernis et laques appartiennent sans aucun doute également à la gamme des produits de bricolage.

S'agissant des produits en classe 27, destinés à recouvrir ou à revêtir les sols et les murs, le public cible est formé tant par les professionnels que par les bricoleurs.

L'argument de la demanderesse tiré du fait que la distribution des actuels produits de la gamme 'mortex' -tous appartenant à la classe 19- est réservée à un réseau de distribution destiné aux professionnels, doit être écarté en raison de l'observation faite sous le numéro 23.

Rien n'empêche la demanderesse de réorganiser sa politique de distribution et d'élargir la gamme de produits.

Dès lors, le risque de confusion doit être évalué dans le chef du consommateur moyen des produits concernés, qui est censé être normalement informé et raisonnablement attentif et avisé.

N'ayant que rarement la possibilité d'effectuer une comparaison directe des marques, ce public est censé se fier à l'image imparfaite qu'il a gardée en mémoire (TUE, arrêt du 20 janvier 2010, affaire T-460/07, Nokia OYJ).

25. Quant à la similitude entre les produits couverts par les classes 2 et 27 d'une part et ceux par la classe 19 d'autre part, la demanderesse a indiqué devant l'OBPI qu'ils appartenaient à des *'réalités parfaitement différentes'*, les uns étant adressés à une entreprise de construction générale, les autres à une entreprise de peinture ou de décoration. Partant, elle contestait la similitude des produits.

En ses conclusions, la demanderesse expose que les produits couverts par les marques présentent des différences fondamentales, mais les arguments qu'elle développe à cet égard visent l'enregistrement de sa marque pour la classe 19. Or, le dépôt, suivi de l'enregistrement accéléré pour cette classe, ne fait pas l'objet de l'opposition en cause.

Quand bien même le développement de ces arguments n'est pas pertinent et peut être écarté sans y répondre plus amplement, l'examen de la demande qui tend à faire rejeter l'opposition requiert néanmoins un examen de la similitude des produits.

26. Les produits en classe 2 sont des peintures, colorants et produits de protection contre la corrosion.

Dès lors que les peintures et produits contre la corrosion peuvent être complémentaires aux matériaux de construction et être offerts en vente dans un même établissement, ils présentent un certain degré de similitude.

Il en est autrement des matières tinctoriales qui, n'ayant en soi rien de commun ou de complémentaire, ni évoquant l'un l'autre, ne présentent aucune similitude.

Quant aux produits en classe 27 pour lesquels la décision querellée admet qu'ils sont similaires aux matériaux de construction, la cour considère que leur lien de complémentarité justifie ce jugement.

27. S'agissant d'un signe composé semi-figuratif, la marque déposée par la demanderesse présente plusieurs éléments distinctifs : il y a les deux lettres capitales M et C en couleur et en avant-plan, qui occupent environ trois quarts de l'espace pris par le signe dans son ensemble, deux mots 'mortex' et 'color', représentés comme s'ils étaient dessinés à la main sur un fond blanc et soulignés plusieurs fois, et la composition de l'ensemble.

Dans la composition de ces éléments distinctifs, la place prépondérante est occupée indéniablement par les deux lettres M C, représentées dans une couleur très marquée. L'attention du public cible, qui ne s'attarde pas aux détails et à une analyse, sera donc captée par ledit élément. Ce n'est que dans une perception plus attentive que ce public percevra la composante verbale dans son apparition plutôt floue, mais néanmoins sortant quelque peu de l'ombre par le soulignage, et fera l'association entre les lettres M C et les mots en dessous, en ce sens que ceux-là sont les premières lettres des mots, au dessus desquels chacune de ces lettres se trouve.

En raison de l'ensemble du signe et de l'importance relative de ses composantes distinctives, l'impression dans le chef du public cible sera principalement celle d'une figure.

28. La similitude conceptuelle entre les deux signes concernés est inexistante.

En effet, un mot, sans aucune présentation graphique remarquable, n'offre du point de vue du concept qui l'inspire aucun point de comparaison avec une image qui ne comprend pas ce mot. L'idée ou l'inspiration qui est à la base de ces signes n'ont en soi rien de commun. D'autre part, le mot 'motex' n'a aucune signification et le seul mot ayant une signification des deux qui font partie de l'image (color) ne présente aucun lien cognitif avec 'motex'.

L'argument de la demanderesse selon lequel le signe 'mortex' suggère la substance 'mortier' doit être écarté. En effet, si ce vocable pourrait être évocateur dans le sens indiqué par la demanderesse, il ne pourrait en être ainsi que pour le produit 'mortier'. Or, le signe est déposé pour tous les produits en classes 2 et 27 qui ne sont en rien évoqués par le mot 'mortex'.

29. Quant à la ressemblance visuelle, il y a lieu de considérer qu'eu égard à l'ensemble du signe déposé et à ses composantes, seuls les mots 'mortex' et 'motex' sont susceptibles de créer une similitude avec le signe antérieur de la défenderesse.

Ainsi qu'il a déjà été relevé, c'est l'élément dominant MC dans le signe composé qui sera d'emblée et principalement perçu par le public pertinent. Les vocables 'mortex color', mis en retrait, ne seront perçus que secondairement.

La ressemblance qui peut être détectée dans ces éléments verbaux de second plan se trouve en outre amoindrie du fait que les éléments verbaux purs 'mortex color', qui sont adossés et forment en tant que tel une unité, seront toujours perçus dans cette présentation d'ensemble.

Partant, de l'angle visuel, la similitude entre les signes concernés ne s'apprécie pas en fonction du vocable 'motex' par rapport à 'mortex', mais à 'mortex color'.

Dès lors, la similitude visuelle doit être qualifiée de très faible.

30. Sur le plan auditif, la similitude à évaluer est celle du mot 'motex' de la marque antérieure, par rapport à 'MC Mortex Color'.

La prononciation de ces mots livre des sons totalement différents suivant des rythmes qui n'ont rien de commun.

En outre, il se pourrait que le public cible se limite à la prononciation de l'abréviation MC, étant donné que lorsqu'une marque comprend plusieurs éléments, la partie la plus facile à prononcer est généralement retenue.

Dès lors, la similitude sur le plan phonétique est minime voire, dans le cas de l'abréviation, inexistante.

31. L'appréciation globale est que la similitude entre les deux signes est très faible visuellement, minime voire inexistante-phonétiquement et inexistante sur le plan conceptuel.

Les différences sont de loin plus importantes que les ressemblances.

32. Les produits couverts par l'enregistrement antérieur étant similaires aux produits revendiqués par le dépôt 1176205, à l'exclusion des produits tinctoriales en classe 2, mais la similitude entre les signes étant globalement négligeable, le risque de confusion doit être exclu.

33. Les conditions de l'article 2.14.1 A et 2.3 b. de la CBPI n'étant pas remplies, il n'y a pas lieu d'examiner les autres moyens avancés par la demanderesse relativement aux circonstances de la cause, qui par ailleurs sont sans importance pour évaluer le risque de confusion dans le cadre de la procédure d'opposition.

34. Dès lors, l'OBPI devait déclarer l'opposition non fondée et ne pouvait procéder à la radiation de la marque déposée par la demanderesse.

35. Quant aux dépens, les parties n'ont pas fait état d'éléments qui justifieraient d'une augmentation ni d'une réduction du montant de base fixé par l'arrêté royal du 26 octobre 2007.

S'agissant d'un litige dont le montant n'est pas évaluable en argent, il y a lieu de taxer à 1.320 euros l'indemnité de procédure qui revient à la demanderesse, qui obtient gain de cause.

**PAR CES MOTIFS,
LA COUR,**

Eu égard à la loi du 15 juin 1935 relative à l'emploi des langues en matière judiciaire,

Statuant contradictoirement,

Reçoit le recours et le déclare fondé.

Met la décision attaquée à néant.

Déclare l'opposition non fondée.

Condamne la défenderesse aux dépens, liquidés à 1.506 euros, indemnité de procédure pour la demanderesse y comprise.

Cet arrêt a été rendu par la 18^e chambre de la cour d'appel de Bruxelles, composée de P. Blondeel, président de la chambre, P. Vandermotten, conseiller et E. Bodson, conseiller, qui ont assisté à toutes les audiences et ont délibéré à propos de l'affaire.

Il a été prononcé à l'audience publique civile par P. Blondeel, Président de la chambre, assisté de D. Van Impe, greffier, le 21 septembre 2011.



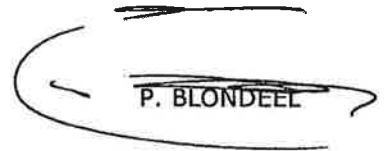
D. VAN IMPE



E. BODSON



P. VANDERMOTTEN



P. BLONDEEL