

Copie  
 Délivrée à: me. PETERS Philippe  
 art. 792 C.J.  
 Exempt du droit de greffe - art. 280,2° C.Enr.

74

**Expédition**

Numéro du répertoire <b>2022 / 1623</b>
Date du prononcé <b>24 -02- 2022</b>
Numéro du rôle <b>2016/AR/794</b>

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

Non communicable au  
 receveur

**Arrêt définitif**

Marque Union européenne  
*versus* marque Benelux –  
 opposition – marques  
 figuratives avec éléments  
 verbaux – similitude des  
 produits et services –  
 absence de risque de  
 confusion

**Cour d'appel  
 Bruxelles**

**Arrêt**

9ème chambre  
 affaires civiles

Présenté le
Non enregistrable

797x005  
 1 CCPE  
 2 CC SPPE

COVER 01-00002578513-0001-0019-01-01-1



**En cause de :**

**MUNDIPHARMA A.G.**, société de droit suisse dont le siège social est établi à CH-4020 Basel SUISSE, St. Alban-Rheinweg 74, inscrite au registre de commerce suisse sous le numéro CHE-107.788.217,

partie appelante,

représentée par Maître PEDE Véronique, avocat à 9051 GENT, Amelia Earhartlaan 19 bus 202,

**Contre :**

**1-. MULTIPAR S.C.R.L.**, BCE 0401.985.519, dont le siège social est établi à 1070 BRUXELLES, route de Lennik 900, anciennement MULTIPHARMA SCRL,

partie intimée,

représentée par Maître PETERS Philippe, avocat à 1000 BRUXELLES, chaussée de La Hulpe 120,

**2-. MULTIPHARMA S.C.**, BCE 0866.855.346, dont le siège social est établi à 1070 BRUXELLES, square Marie Curie, 30,

partie intervenante volontaire en reprise d'instance,

représentée par Maître PETERS Philippe, avocat à 1000 BRUXELLES, chaussée de La Hulpe 120.

\*\*\*\*

PAGE 01-00002578513-0002-0019-01-01-4



### **I. La décision entreprise**

Le recours est dirigé contre la décision du 3 mars 2016 de l'Office Benelux de la Propriété Intellectuelle (ci-après l'Office) rendue dans le cadre de l'opposition formée par la société de droit suisse Mundipharma, le 10 juin 2014.

### **II. La procédure devant la cour**

Le recours est formé par une requête déposée par la société de droit suisse Mundipharma au greffe de la cour, le 2 mai 2016, sur pied de l'article 2.17 de la Convention Benelux en matière de propriété intellectuelle (marques et dessins ou modèles) (ci-après la CBPI), dans sa rédaction applicable à l'époque. Il est dirigé contre la SCRL Multipar et la SCRL Multipharma.

La procédure est contradictoire.

La cause a été mise en état en vertu d'une ordonnance rendue le 19 mai 2016 sur la base de l'article 747, §1<sup>er</sup> du Code judiciaire, les parties ayant ensuite convenu de déroger au calendrier. Elle a été attribuée à une chambre à trois conseillers en vertu d'une ordonnance rendue le 7 juin 2018, sur pied de l'article 109bis, §3 du Code judiciaire.

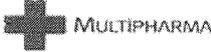
Il est fait application de l'article 24 de la loi du 15 juin 1935 sur l'emploi des langues en matière judiciaire.

### **III. Les faits et antécédents de la procédure**

1. La SCRL Multipar (désignée ci-après Multipar) et la SCRL Multipharma (ci-après désignée Multipharma) appartiennent au Groupe Multipharma, créé en 1921, lequel détient un réseau de pharmacies dans le Benelux et exploite plus de 260 officines



pharmaceutiques sous le nom commercial et la marque de services « MULTIPHARMA ».

La SCRL groupe Multipharma est titulaire de la marque figurative avec éléments verbaux , enregistrée dans le Benelux sous le n° 568031 pour les classes 3, 5, 10, 35 et 44 depuis 1995.

Le 15 avril 2014, Multipar procède au dépôt d'une nouvelle version (dite par elle modernisée) de la marque  auprès de l'Office, sous la forme de la marque figurative avec éléments verbaux suivante :

  
multipHARMA

Ce signe (ci-après, le « signe contesté ») est déposé sous le n°1287986, pour les produits et services suivants :

- Classe 3 : Savons, parfumerie, huiles essentielles, cosmétiques, lotions pour les cheveux, dentifrices.
- Classe 5 : Produits pharmaceutiques, vétérinaires et hygiéniques; substances diététiques à usage médical, aliments pour bébés; emplâtres, matériel pour pansements; matières pour plomber les dents et pour empreintes dentaires; désinfectants; produits pour la destruction des animaux nuisibles; fongicides, herbicides.
- Classe 10 : Appareils et instruments chirurgicaux, médicaux, dentaires et vétérinaires, membres, yeux et dents artificiels; articles orthopédiques; matériel de suture.
- Classe 35 : Services de gestion des affaires commerciales, notamment assistance et conseil pour l'établissement et la gestion d'officines, aide à l'exploitation et à la direction d'une entreprise commerciale; aide à l'exploitation dans le domaine de la commercialisation de produits pharmaceutiques, vétérinaires et hygiéniques; service de vente au détail des produits désignés en classes 3, 5 et 10.
- Classe 44 : Consultation en matière de pharmacie, services de pharmacie (préparation d'ordonnances) et service d'informations en matière de médicaments.



2. La société de droit suisse Mundipharma AG (ci-après désignée Mundipharma) est une entreprise pharmaceutique spécialisée dans le traitement de la douleur et les soins palliatifs, la désinfection et les soins de plaies cutanées, ainsi que le traitement de l'asthme. Elle fait partie du réseau global « Mundipharma International » et de ses compagnies associées indépendantes.

Mundipharma est titulaire de la marque verbale MUNDIPHARMA, à la suite des enregistrements suivants :

- enregistrement international, le 26 janvier 1961, pour des produits dans les classes 1, 2, 3, 4 et 5, sous le numéro 239594 ;
- enregistrement comme « marque communautaire », le 9 septembre 2003, pour des produits dans les classes 3 et 5, et des produits et services dans les classes 9, 16, 21, 38, 40, 41 et 42, sous le numéro 2146017 ;
- enregistrement comme « marque européenne », le 22 mai 2012, pour des services dans les classes 35, 36, 37 et 42, sous le numéro 10903251.

3. Le 18 novembre 2003, Mundipharma procède au dépôt, comme « marque communautaire », de la marque figurative avec éléments verbaux représentée ci-dessous (ci-après, la « marque antérieure »), laquelle donne lieu à un enregistrement, le 6 novembre 2012, sous le numéro 3550068:



pour les produits et services suivants:

- Classe 1 : Produits chimiques destinés à l'industrie, aux sciences, à la photographie, à l'agriculture, à l'horticulture et à la sylviculture; résines artificielles non traitées, matières plastiques non traitées; engrais; préparations pour l'extinction des incendies; préparations pour la trempe et la soudure des métaux; produits chimiques destinés à conserver les aliments; matières tannantes; adhésifs (matières collantes) destinés à l'industrie.
- Classe 3 : Lotions capillaires, savons.



- Classe 5 : Produits pharmaceutiques, vétérinaires et hygiéniques; substances diététiques à usage médical, aliments pour bébés, matériel pour pansements, matières pour plomber les dents et pour empreintes dentaires; désinfectants et détergents (détersifs); produits pour la destruction des animaux nuisibles; produits chimiques, y compris ceux à base de substances biologiques pour traiter les carences des plantes, régulateurs de croissance.
- Classe 16 : Papier, carton et produits en ces matières compris dans cette classe; produits de l'imprimerie; magazines (périodiques); photographies; papeterie; adhésifs (matières collantes) pour la papeterie ou le ménage; matériel pour les artistes; petites brosses, machines à écrire et articles de bureau (à l'exception des meubles); matériel d'instruction et d'enseignement (à l'exception des appareils); matières plastiques pour l'emballage (comprises dans cette classe); caractères d'imprimerie; étiquettes, imprimés publicitaires.
- Classe 35 : Publicité et gestion d'affaires; Administration commerciale; Travail de bureau; Tous les produits précités se rapportant aux produits pharmaceutiques, à la médecine ou à la fourniture de services pharmaceutiques, médicaux ou liés aux soins de santé.
- Classe 38 : Envoi d'informations et d'images en matière médicale, pharmaceutique et de soins de santé.
- Classe 41 : Formation et éducation en matière médicale, pharmaceutique et de soins de santé; publication de livres, de textes et de brochures ; prise en charge et prêt de films vidéo et de disques compacts.
- Classe 42 : Restauration dans des restaurants; Hébergement temporaire; soins médicaux, d'hygiène et de beauté; services vétérinaires et d'agriculture; duplication de programmes informatiques; Services de recherches scientifiques et industrielles; création de logiciels et de programmes informatiques pour appareils de traitement de l'information.

4. Le 10 juin 2014, Mundipharma forme opposition contre le dépôt Benelux (n°1287986) de la marque figurative avec éléments verbaux MULTIPHARMA reproduite ci-avant, et ce pour tous les produits et services pour lesquels le signe a été déposé.

Cette opposition est fondée sur l'article 2.3., b) et 2.14, al.1<sup>er</sup>, a) de la CBPI.

PAGE 01-00002578513-0006-0019-01-01-4



5. Par décision du 3 mars 2016, l'Office rend la décision attaquée dont la conclusion est :

« (...) qu'en l'absence de ressemblance suffisante des signes, il ne peut exister de risque de confusion dans l'esprit du public » (point 56).

Par conséquent, l'Office rejette l'opposition.

6. En mai 2016, à la suite d'une augmentation du capital par apport de branche d'activités, le dépôt litigieux n°1287986 est cédé par Multipar à Multipharma. La cession du dépôt est enregistrée auprès de l'Office, le 17 juin 2016.
7. Dans l'intervalle, le 2 mai 2016, Mundipharma introduit le présent recours.

Elle demande à la cour de dire que le recours est recevable et fondé, et par conséquent d'ordonner « *que l'enregistrement dans le registre des marques de l'OBPI du dépôt de marque Benelux numéro 1287986 soit refusé pour tous les produits et les services pour lesquels ce dépôt a été déposé, ou, si ce dépôt a déjà été enregistré, que cet enregistrement soit annulé pour tous les produits et les services pour lesquels ce dépôt a été enregistré* ».

Multipharma demande à la cour de lui donner acte qu'elle reprend la procédure diligentée à l'encontre de Multipar.

Elle conclut au non-fondement du recours.

À titre subsidiaire, Multipharma demande à la cour de surseoir à statuer et poser la question préjudicielle suivante à la Cour de Justice Benelux (CJB) :

« L'article 2.17 alinéa 1<sup>er</sup> CBPI, doit-il, à la lumière des arrêts A/2005/1, A/2008/1 et A/2013/1, être interprété en ce sens que les juridictions d'appel y mentionnées peuvent connaître de marques invoquées pour la première fois en degré d'appel et non invoquées dans le cadre de la procédure d'opposition devant l'OBPI ? ».



#### IV. Discussion

##### a. Le cadre légal et les principes directeurs d'appréciation

8. Aux termes de l'article 2.3.b) de la CBPI, dans sa rédaction applicable au litige, « *(l) le rang du dépôt s'apprécie en tenant compte des droits, existant au moment du dépôt et maintenus au moment du litige, à (...) 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* » (...).

Sur opposition du titulaire d'une marque antérieure, la marque demandée est refusée à l'enregistrement lorsque, en raison de son identité ou de sa similitude avec une marque antérieure et en raison de l'identité ou de la similitude des produits ou des services que les deux marques désignent, il existe un risque de confusion dans l'esprit du public du territoire sur lequel la marque antérieure est protégée.

9. Le risque de confusion au sens de l'article 2.3.b) de la CBPI s'entend en droit comme « le risque que le public puisse croire que les produits ou les services en cause proviennent de la même entreprise ou, le cas échéant, d'entreprises liées économiquement » (C.J.C.E., 29 septembre 1998, *Canon*, C-39/97, pts 27-29 ; C.J.U.E., 11 juin 2020, C-115/19 P, *China Construction Bank*, pt 54).

L'existence d'un tel risque doit être appréciée en tenant compte de tous les facteurs pertinents du cas d'espèce, dont, notamment, le degré de similitude entre les marques en conflit et entre les produits ou services désignés en cause, ainsi que le degré de caractère distinctif de la marque antérieure (C.J.U.E., 11 juin 2020, C-115/19 P, *China Construction Bank*, pts 54 et 55).

10. L'examen de la similitude des signes en conflit consiste en une comparaison visuelle, phonétique et conceptuelle fondée sur l'impression d'ensemble que ces signes laissent, eu égard à leurs qualités intrinsèques, dans la mémoire du public pertinent (C.J.U.E., 11 juin 2020, C-115/19 P, *China Construction Bank*, pt 56).



Il convient en outre de rappeler que l'impression d'ensemble produite par les marques en cause, tient compte en particulier de leurs éléments distinctifs et dominants (C.J.C.E., 12 juin 2007, *OHMI/Shaker*, C-334/05 P, point 34 ; C.J.C.E., 3 septembre 2009, *Aceites del Sur-Coosur/Koipe*, C-498/07 P, pt 60 ; C.J.U.E., 16 janvier 2019, *République de Pologne*, C-162/17 P, pt 41).

L'appréciation du risque de confusion doit être globale. Elle implique une certaine interdépendance entre les facteurs pris en compte, et notamment la similitude des marques et celle des produits ou des services désignés. Ainsi, un faible degré de similitude entre les produits ou les services désignés peut être compensé par un degré élevé de similitude entre les marques, et inversement (C.J.C.E., 29 septembre 1998, *Canon*, C-39/97, pt 17 ; 22 juin 1999, *Lloyd Schuhfabrik Meyer*, C-342/97, pt 19).

11. Dans le cadre de l'appréciation globale du risque de confusion, il convient de prendre en compte le point de vue du public pertinent, lequel correspond en règle au consommateur moyen de la catégorie de produits concernée, normalement informé et raisonnablement attentif et avisé, mais n'ayant que rarement la possibilité de procéder à une comparaison directe des marques et devant se fier à l'image non parfaite qu'il en a gardée en mémoire (C.J.C.E., 29 septembre 1998, *Canon*, C-39/97, pt 17 ; C.J.C.E., 22 juin 1999, *Lloyd*, C-342/97, pt 19).

En outre, le consommateur moyen perçoit normalement une marque comme un tout et ne se livre pas à un examen de ses différents détails (T.U.E., 13 avril 2011, *Bodegas y Viñedos Puerta de Labastida/OHMI/ Unión de Cosecheros de Labastida*, T-345/09, pt 42).

Le degré d'attention du public pertinent est, par ailleurs, susceptible de varier en fonction de la catégorie des produits ou services en cause (C.J.C.E., 22 juin 1999, *Lloyd*, C-342/97, pt 26).

b. Le public pertinent en l'espèce

12. S'agissant de préciser le profil du public pertinent, les produits et services en cause, dans leur grande majorité, s'adressent aussi bien au grand public (les consommateurs



finaux) qu'au public des professionnels de la médecine, et de l'industrie pharmaceutique et parapharmaceutique, comme s'accordent à le reconnaître les parties au litige.

Dans une telle configuration, l'appréciation du risque de confusion ne peut se limiter au public des professionnels. Il se justifie en effet d'inclure les consommateurs finaux dans le public pertinent (*cf.* C.J.C.E., 26 avril 2007, *Alcon c. Biofarma*, C-412/05 P, pts 62 et 63).

Cela étant, certains des produits concernés, à savoir les produits mentionnés en classe 10, s'adressent à un public de professionnels disposant d'une expertise dans le domaine médical. Il s'agit entre autres des produits suivants : appareils et instruments chirurgicaux, médicaux, dentaires et vétérinaires, membres, yeux et dents artificiels; articles orthopédiques; matériel de suture. La qualité de professionnel exerce une incidence sur le niveau d'attention à considérer (*cf. infra*, point suivant).

13. Pour ce qui est du niveau d'attention à retenir, celui-ci correspond à celui du consommateur moyen des produits et services en cause, c'est-à-dire, d'une manière générale et a priori, celui d'une personne normalement informée, et raisonnablement attentive et avisée (C.J.C.E., 29 avril 2004, *Procter & Gamble/OHMI*, C-473/01 P et C-474/01 P, pt 33 ; C.J.C.E., 16 septembre 2004, *SAT.1/OHMI*, C-329/02 P, pt 24).

Toutefois, dans le cas d'espèce, il est justifié de retenir un niveau d'attention plus élevé que la moyenne, pour l'intégralité des produits et services en cause, en raison de leur nature ou de leur finalité. Tel est en effet le cas des produits tels que :

- ceux liés à l'état de santé des personnes, en particulier les produits de la classe 5 (produits pharmaceutiques et autres) ainsi que les services dans les classes 35 et 44 (tous liés au secteur pharmaceutique), étant donné qu'ils requièrent un niveau d'attention élevé (en ce sens, T.U.E., 11 juillet 2013, *Aventis Pharmaceuticals Inc./EUIPO*, T-142/12, pt 27 ; T.U.E., 7 novembre 2017, *T-144/16, Mundipharma/Multipharma*, pts 26 et 27) ;
- ceux liés à des finalités cosmétiques, en particulier les produits de la classe 3, étant donné qu'ils requièrent un niveau d'attention relativement élevé (en ce sens, T.U.E., 11 juillet 2013, *Aventis Pharmaceuticals Inc./EUIPO*, T-142/12, pt 27 ; T.U.E., 13 mai 2015, *T-169/14, Ferring BV/EUIPO*, pts 24 et s.) ;



- ceux qui s'adressent à des professionnels, en particulier les produits de la classe 10 (*cf. supra*) ainsi que les services dans les classes 35 et 44 (tous liés à des activités d'accompagnement de professionnels dans le secteur pharmaceutique), étant donné qu'ils requièrent un niveau d'attention particulièrement élevé (T.U.E., 20 septembre 2014, *Koscher + Würtz GmbH / EUIPO – Kirchner & Wilhelm GmbH + Co.*, T-445/12, pt 45).

c. La comparaison des produits et services en cause

14. Ainsi que les deux parties au litige en conviennent, il est établi qu'il y a identité ou à tout le moins similitude entre les produits et les services désignés, d'une part, par la marque antérieure de Mundipharma, et, d'autre part, par le signe contesté déposé par Multipharma.

L'Office a constaté cette identité ou similitude (point 39 de sa décision).

d. La comparaison des signes en conflit

15. Il convient au préalable de déterminer les droits de marque antérieurs que Mundipharma est autorisée à invoquer à l'appui de sa demande dans le cadre du présent recours, dès lors que les parties ne s'accordent pas sur cette question.

En sa qualité de demanderesse sur opposition, Mundipharma estime qu'elle peut invoquer pour la première fois, dans le cadre du recours qu'elle exerce contre la décision de l'Office, des droits antérieurs résultant d'enregistrements de marques qu'elle n'a pas invoqués devant l'Office, à savoir, en l'espèce, ceux résultant des trois enregistrements de la marque verbale MUNDIPHARMA, mentionnés dans l'exposé des faits.

Multipharma le conteste.



16. S'agissant des limites dans lesquelles une partie est autorisée à invoquer de nouveaux éléments devant la juridiction d'appel visée par l'article 2.17 de la CBPI, la Cour de Justice Benelux a dit pour droit :

« L'article 2.17 alinéa 1<sup>er</sup> CBPI doit être interprété en ce sens que les juridictions d'appel y mentionnées peuvent connaître de nouveaux éléments de fait produits dans le cadre de prétentions qui ont déjà été formulées dans la même procédure d'opposition devant l'OBPI » (C.J.B., 3 février 2009, *Parfumerie Ici Paris XL/ Publications France Monde*, affaire A/2013/1).

Auparavant, dans une autre affaire, la Cour Benelux avait déjà précisé à propos de tels nouveaux éléments de fait, qu'il s'agissait d'éléments qui, bien qu'ils n'aient pas été invoqués antérieurement devant l'Office, concernent un fondement qui, lui, a déjà été présenté dans la procédure devant l'Office (C.J.B., 29 juin 2006, *Bovemij*, affaire A/05/1, pts 11 à 13). Dans cette espèce, il s'agissait d'éléments additionnels de preuve d'usage de la marque, lesquels étaient destinés à appuyer le fondement de l'opposition, à savoir la consécration par l'usage du caractère distinctif de la marque demandée - fondement qui avait été présenté à l'Office et que celui-ci avait examiné (*cf.* pt 13 de l'arrêt). Comme l'indique encore cette décision, il importe que la discussion devant la cour ne révèle pas d'écart par rapport à la demande du requérant, telle que l'Office l'a examinée (*cf.* pt 13 de l'arrêt).

17. Au regard de cette jurisprudence de la Cour Benelux, ce qu'invoque Mundipharma devant la cour ne constitue pas des éléments de fait additionnels qui concerneraient un fondement déjà présenté à l'OBPI.

Mundipharma invoque en effet, non pas des éléments de fait nouveaux, mais des droits antérieurs non encore invoqués, résultant de trois enregistrements d'une marque verbale. Ces droits antérieurs suscitent en outre de nouvelles allégations qui n'ont pas été présentées à l'Office et n'ont donc pas été examinées par ce dernier, à savoir qu'il existerait un risque de confusion entre la marque litigieuse « multipharma » et chacune des trois marques verbales « mundipharma » nouvellement invoquées. Il s'agit dès lors d'un fondement nouveau destiné à justifier la nullité du dépôt mis en cause, qui n'a pas été soumis à l'Office.



Les enregistrements additionnels invoqués par Mundipharma pour la première fois devant la cour ne peuvent dès lors pas être pris en considération pour apprécier le bien-fondé de l'opposition.

18. La marque enregistrée sous le numéro 3550068 par Mundipharma se présente dans le registre de l'EUIPO comme une marque figurative avec des éléments verbaux, sans revendication de couleurs, constituée d'une composante verbale qui s'intègre dans une composante figurative.

La composante verbale combine deux éléments, à savoir l'élément « mundi » suivi de l'élément « pharma », écrits tous deux en lettres minuscules, en noir pour le premier et en blanc pour le deuxième.

La composante figurative combine deux cercles, qui se superposent en s'entrecroisant; dans sa partie gauche, elle représente un cercle vide (blanc), dont la face gauche est traversée par deux arcs de cercle noirs ; son pourtour est également noir, sauf dans sa partie droite dont le pourtour est blanc et figure la superposition sur le deuxième cercle ; celui-ci se situe du côté droit, et sa surface est entièrement noire. Les éléments « mundi » et « pharma » figurent respectivement sur le cercle blanc et le cercle noir dans une couleur inversée (noir sur blanc et blanc sur noir).

La marque se présente comme suit :



19. Le signe de Multipharma à l'enregistrement duquel Mundipharma s'est opposée est une marque figurative, avec des éléments verbaux, déposée avec revendication des couleurs noire, blanche et verte, constituée d'une composante verbale accompagnée d'une composante figurative qui se situe en léger surplomb de la composante verbale, dans le prolongement du coin supérieur droit de celle-ci.



La composante verbale combine deux éléments, à savoir, l'élément « multi », écrit en lettres minuscules, et l'élément « PHARMA », écrit en lettres majuscules, le premier dans une police de couleur noire, le deuxième dans une police de couleur verte.

La composante figurative consiste dans une croix verte stylisée sous la forme de trois rangées de pointillés (carrés) se croisant perpendiculairement en leur milieu, qui, par rapport à la composante verbale, se situe en léger surplomb, du côté droit de celle-ci.

Le signe dont l'enregistrement est demandé se présente comme suit :



20. Dans la comparaison de la marque et du signe en conflit, il convient de prendre en compte leurs éléments distinctifs et dominants.

En l'espèce, ils sont tous deux complexes, en ce sens qu'ils comportent chacun, à la fois, des éléments figuratifs et des éléments verbaux.

S'il est vrai qu'en pareille situation, les éléments verbaux sont en principe plus distinctifs que les éléments figuratifs, ou que les premiers sont en principe dominants alors que les seconds ne le sont pas, tel n'est pas toujours le cas. En effet, les éléments figuratifs peuvent détenir une place équivalente à celle des éléments verbaux (T.U.E., 13 décembre 2007, *Miguel Cabrera Sanchez/ Industrias Carnicas Valle/ EUIPO*, T-242/06, pt 55 ; T.U.E., 16 décembre 2020, *Alkemie Group*, T-860/19, pt 30).

Tel est précisément le cas en l'espèce.

S'agissant de la marque antérieure (« mundipharma »), ni l'élément verbal ni l'élément figuratif ne dominent exclusivement l'image de la marque, étant tous les deux d'une taille analogue et clairement visibles. L'élément figuratif est d'autant moins négligeable qu'il véhicule une représentation particulière, celle d'une éclipse.

Il en va de même pour le signe contesté (« multipharma ») où l'élément figuratif retient l'attention grâce au contraste des couleurs et de lettrages (l'élément « multi »



se présente en noir et en minuscules, alors que l'élément « pharma » se présente en vert et en lettres majuscules écrites), ainsi qu'à la stylisation particulière de la croix en couleur d'un vert clair vif.

21. Sur le plan phonétique, les marques en conflit présentent une similitude, dès lors qu'elles consistent en deux éléments verbaux dont le deuxième est identique (« pharma ») et dont le premier commence par les mêmes lettres (« mu »), outre qu'il s'achève par la même finale « i ».

Cependant, il y a lieu de tenir compte du fait que la composante commune (« pharma ») est descriptive des produits et services désignés (C.J.U.E., 12 juin 2019, *Mats Hansson*, C-705/17, pt 50; T.U.E., 7 novembre 2017, *Mundipharma/Multipharma*, T-144/16, pt 35), outre le fait qu'elle n'occupe que la deuxième position au sein du signe. A cela s'ajoute que le premier élément verbal présente des différences phonétiques entre la marque et le signe (« nd » d'une part, et « lt » d'autre part) dont il n'est pas démontré qu'elles devraient être considérées comme négligeables, notamment parce qu'elles peuvent modifier la prononciation du « u » selon qu'il est ou non suivi d'un « n ».

Il en résulte que la similitude entre la marque et le signe est moyenne sur le plan phonétique.

22. Sur le plan visuel, la marque et le signe présentent des différences significatives, en particulier concernant les formes représentées (deux cercles dans un cas, une croix stylisée dans l'autre) et les couleurs qui les caractérisent (l'absence de revendication de couleurs dans un cas, le recours prédominant à la couleur verte dans l'autre cas).

Il en va de même pour l'aspect visuel des éléments verbaux, qui diverge tant en raison des lettrages - l'élément « pharma » figurant tantôt en lettres majuscules et en caractères gras, dans le cas de la marque demandée, tantôt en lettres minuscules, dans le cas de la marque antérieure - qu'en raison des couleurs - le signe contesté recourant à la couleur verte pour l'élément « pharma », contrairement à la marque antérieure.

Il en résulte une similitude faible sur le plan visuel.



23. Sur le plan conceptuel, la marque et le signe présentent également des différences majeures.

Dans la marque antérieure, le premier élément (« mundi ») renvoie à la notion de monde dans l'esprit du public pertinent, cette perception étant renforcée de manière déterminante par la présence d'une représentation graphique qui évoque un globe terrestre (le cercle de gauche).

Dans le signe contesté, cette référence au monde ne se retrouve pas, le premier élément (« multi ») renvoyant à la notion d'une multiplicité c'est-à-dire d'une pluralité voire d'un grand nombre - multiplicité que le public sera amené à mettre en rapport avec des produits (des produits pharmaceutiques) ou des services liés à la commercialisation de ces produits.

Les signes en conflit ont toutefois en commun un élément verbal (« pharma »). Néanmoins cette circonstance est dépourvue d'effet déterminant vu que l'élément en question est faiblement distinctif voire non distinctif. Celui-ci décrit, en effet, le cas échéant sous une forme abrégée mais usuelle, les produits et services désignés, à savoir des produits pharmaceutiques et des services qui y sont liés.

Au surplus, l'écart d'ordre conceptuel entre les deux marques est encore accentué par le fait que chacune d'elles utilise des contrastes visuels qui sont de nature à isoler le premier élément verbal (« mundi » dans un cas et « multi » dans l'autre) du deuxième élément (« pharma »), ce qui a pour effet de mettre encore davantage en vedette l'élément divergent.

Il en résulte une similitude faible sur le plan conceptuel.

Il n'est dès lors pas nécessaire de vérifier à ce stade si, sur le plan conceptuel, la signification qui s'attache à l'élément verbal « mundi », voire celle qui s'attache à l'élément verbal « multi », est à considérer comme une signification claire et déterminée susceptible d'être saisie directement par le public pertinent. En effet, une telle vérification ne devrait avoir lieu que s'il était décidé que la similitude phonétique entre les deux marques est « neutralisée » - au sens où la jurisprudence de l'Union l'entend - par une divergence conceptuelle (cf. à ce sujet C.J.U.E., 4 mars 2020, *Equivalenza Manufactory SL*, C-328/18 P, pts 74 à 77) - ce qui n'est pas le cas en l'espèce.



Il est donc indifférent que, dans une autre affaire, le Tribunal de l'Union a considéré que les deux marques étaient chacune dépourvue d'une signification claire et déterminée qui serait directement comprise par le public (T.U.E., 7 novembre 2017, *Mundipharma/ Multipharma*, T-144/16, pt 58). En tout état de cause, cette position du Tribunal ne lie pas la cour dans la présente affaire.

24. Au regard de ce qui précède il y a lieu de constater une similitude moyenne entre la marque et le signe en conflit sur le plan phonétique et une similitude faible entre eux sur les plans visuel et conceptuel.

Dans la configuration de l'espèce, la similitude plus élevée sur le plan phonétique n'est pas de nature à contrebalancer les différences majeures qui ont été relevées sur les plans visuel et conceptuel. En tout état de cause, elle n'a pas pour effet de susciter une impression d'ensemble qui serait identique auprès du public pertinent, d'autant plus que le niveau d'attention de celui-ci doit être considéré comme supérieur à la moyenne en raison de la nature et la destination des produits et services concernés.

25. Le fait que les produits et services désignés par les marques respectives sont identiques, ou à tout le moins similaires, n'est pas de nature, en l'occurrence, à compenser l'insuffisance de la similitude entre les signes dans le cadre de leur comparaison globale. Au contraire, l'identité ou à tout le moins la similarité des produits ou services accentue l'insuffisance de la similitude entre les signes, en ce sens qu'elle met en évidence le caractère descriptif de la composante « pharma », soit l'élément commun aux deux marques, par rapport aux produits et services désignés par la marque et le signe en conflit. A cet égard, lorsque les éléments de similitude entre deux signes tiennent au fait qu'ils partagent une composante présentant un caractère distinctif faible ou ne présentant aucun caractère distinctif, l'impact de tels éléments de similitude sur l'appréciation globale du risque de confusion est lui-même faible (C.J.U.E., 30 mai 2018, *L'Oréal/EUIPO*, C-519/17 P et C-522/17 P à C-525/17 P, pt 73 ; T.U.E., 22 février 2018, *International Gaming Projects/EUIPO – Zitro IP (TRIPLE TURBO)*, T-210/17, pt 73 et jurisprudence citée ; T.U.E., 20 septembre 2018, *Kwizda Holding/EUIPO – Dermapharm (UROAKUT)*, T-266/17, pt 79).



26. Par ailleurs, Mundipharma n'établit pas que sa marque bénéficierait d'une renommée et d'un caractère distinctif qui seraient accrus par l'usage. A fortiori, elle ne démontre pas que cet accroissement permettrait de compenser l'insuffisance de la similitude entre les signes.

27. En conséquence, il convient de conclure à l'absence d'un risque de confusion dans le chef du public pertinent, et donc au caractère non-fondé de l'opposition de Mundipharma, ainsi que l'a décidé l'Office.

Le recours contre la décision de l'Office est dès lors rejeté.

28. Il y a lieu de condamner Mundipharma aux dépens dès lors qu'elle succombe. L'indemnité de procédure en appel est fixée à 1.560,00 €, soit le montant de base tel que le demande Multipharma.

#### **V. Dispositif**

Pour ces motifs, la cour,

Donne acte à la SC Multipharma qu'elle reprend la procédure diligentée à l'encontre de la SCRL Multipar ;

Reçoit le recours et le dit non fondé ;

Met les dépens du recours à charge de la société de droit suisse Mundipharma AG et la condamne à payer 1.560,00 € à la SC Multipharma.

Cet arrêt a été rendu par la 9<sup>ème</sup> chambre de la cour d'appel de Bruxelles, composée de :

Mme Marie-Françoise CARLIER, président de la chambre,  
Mme Françoise CUSTERS, conseiller,  
Mme Zoé PLETINCKX, conseiller,

PAGE 01-00002578513-0018-0019-01-01-4



qui ont assisté à toutes les audiences et ont délibéré à propos de l'affaire.

Il a été prononcé en audience publique par Mme Marie-Françoise CARLIER, président de la chambre, assistée de Mme Patricia DELGUSTE, greffier, le

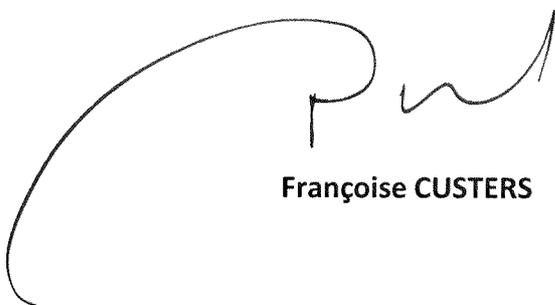
24 -02- 2022



Patricia DELGUSTE



Zoé PLETINCKX



Françoise CUSTERS



Marie-Françoise CARLIER

