

OFFICE BENELUX DE LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE
DÉCISION en matière d'OPPOSITION
N° 2018091
du 25 mai 2023

Opposant : **CHOCOLATERIE CARRÉ, besloten vennootschap met beperkte aansprakelijkheid**

Stationsstraat 51 B
8552 Moen
Belgique

Mandataire : **K.O.B. N.V.**

Pres. Kennedypark 31c
8500 Kortrijk
Belgique

Marque invoquée : **Enregistrement Benelux 1407023**

BOUBOUL

contre

Défendeur : **Mixto BV**

Vergeet-mij-nietjeslaan 3 3.4
8400 Ostende
Belgique

Mandataire : **EJ LAWYER SARL**

Rue de l'étang 1
5326 Contern
Luxembourg

Signe contesté : **Demande Benelux 1462036**



I. FAITS ET PROCÉDURE

A. Faits

1. Le 29 mars 2022, le défendeur a introduit, pour distinguer des produits en classes 25 et 30, la



demande Benelux de la marque semi-figurative . Cette demande a été mise en examen sous le numéro 1462036 et a été publiée le 31 mars 2022.

2. Le 30 mai 2022, l'opposant a fait opposition à l'enregistrement de cette demande. L'opposition est basée sur l'enregistrement Benelux de la marque verbale BOUBOUL, introduite le 2 décembre 2019 et enregistrée le 18 février 2020 pour des produits en classe 30.

3. Il ressort du registre que l'opposant est effectivement le titulaire de la marque invoquée.

4. L'opposition est dirigée contre les produits en classe 30 du signe contesté et basée sur tous les produits de la marque invoquée.

5. La langue de la procédure est le français.

B. Déroulement de la procédure

6. L'opposition est recevable et les parties en ont été informées par courrier en date du 31 mai 2022. Au cours de la phase administrative de la procédure, les parties ont soumis leurs arguments. Tous les documents soumis satisfont aux exigences de la Convention Benelux en matière de propriété intellectuelle (ci-après : « CBPI ») et du règlement d'exécution s'y rapportant (ci-après : « RE »). La phase administrative de la procédure a été clôturée le 30 septembre 2022.

II. MOTIFS ET ARGUMENTS JURIDIQUES DES PARTIES

7. En application de l'article 2.14, alinéa 2, sous a, CBPI, l'opposant a fait opposition auprès de l'Office Benelux de la Propriété intellectuelle (ci-après : « l'Office »), conformément aux dispositions de l'article 2.2ter, alinéa 1, sous b, CBPI : risque de confusion en raison de l'identité ou de la ressemblance des signes concernés et des produits en question.

A. Arguments de l'opposant

8. L'opposant fait observer que les signes ont une longueur proche : sept lettres identiques présentées dans le même ordre. La seule différence est la lettre « e » à la fin du signe contesté et ce dernier est divisé en deux mots. Selon l'opposant, ces différences ne sont pas de nature à rendre les signes différents et il en conclut qu'ils sont visuellement très similaires.

9. Phonétiquement, la marque invoquée est intégralement comprise dans le signe contesté. Les signes sont prononcés de manière identique, même rythme en deux temps, successions de sonorités identiques. L'opposant en conclut que les signes sont phonétiquement très similaires, voir même identiques.

10. Au niveau conceptuel, l'opposant note que les éléments verbaux n'ont aucune signification. Les deux signes sont des mots fantaisistes, de sorte qu'il n'est pas possible d'établir une similitude conceptuelle et que la comparaison conceptuelle n'a aucune incidence sur l'évaluation du risque de confusion.

11. Selon l'opposant, tant les produits du signe contesté que ceux de la marque invoquée peuvent être consommés comme desserts ou en-cas sucrés. Il existe donc une coïncidence en ce qui concerne le but, le mode d'utilisation, les canaux de distribution et le public cible. En outre, ces produits sont en concurrence car ils sont mutuellement substituables.

12. L'opposant est d'avis que les produits en cause s'adressent essentiellement au grand public et sont des produits de consommation quotidienne et de coût relativement bas. Par conséquent, le niveau d'attention doit être considéré comme plutôt inférieur à la moyenne.

13. L'opposant conclut qu'il existe un risque de confusion. En conséquence, l'opposition doit être reconnue justifiée et le signe contesté rejeté pour tous les produits contre lesquels l'opposition est dirigée.

B. Réaction du défendeur

14. Le défendeur explique qu'il est un artisan glacier réputé qui exploite le signe contesté dans le cadre de cette activité spécifique. Le signe est composé d'un logo original dont le défendeur est l'auteur et ce dernier dispose donc d'une protection au titre de droit d'auteur et un sobriquet devenu un nom commun : Bouboule.

15. L'opposant est quant à lui spécialisé dans les chocolats à la liqueur depuis 1992 et a ainsi développé un produit de boules à la liqueur désignée « Bouboul » : un terme générique désignant une personne à l'apparence physique généreuse. Le lien de ce nom générique avec le domaine culinaire est évident pour le consommateur moyen, ce qui diminue l'importance à accorder à l'éventuelle similitude auditive d'un mot qu'on voit et entend partout.

16. Les parties sont actives dans deux domaines distincts comme en attestent tant leur activité artisanale respective que les produits qu'ils ont listés en classe 30 lors de leur dépôt de marque. De surcroît, ils ne partagent pas la même clientèle, l'opposant étant davantage axé sur le B2B alors que le défendeur vend au détail (B2C).

17. Selon le défendeur, seul l'aspect auditif est concerné par une éventuelle confusion, les deux signes se prononçant « BOUBOULE ». Cependant, cette similitude auditive n'a que peu d'importance dans l'appréciation globale, s'agissant d'un terme générique qui ne peut a priori pas être assimilé à un signe distinctif à lui seul.

18. Sur le plan visuel, la marque invoquée est une marque purement verbale, tandis que le signe contesté consiste avant tout en une figure originale constituée d'un cornet de glace coiffé d'un chapeau-boule (belgicisme désignant le chapeau melon). Le défendeur estime que c'est cet élément qui attire l'attention. L'adjonction du terme générique bouboule est d'ordre accessoire par rapport au logo et renvoie avant tout au chapeau boule. En outre, même le mot ajouté est composé de lettres qui sont elles-mêmes adjointes de boules, ce qui le rend particulièrement singulier sur le plan visuel et contredit la prétendue existence d'une grande similitude visuelle entre les signes.

19. Sur le plan conceptuel, le signe contesté fait référence au chapeau boule ainsi qu'à une boule de glace. Il y a également une référence subliminale à la gourmandise, le mot bouboule étant un terme générique renvoyant à une personne gourmande en surcharge pondérale. La marque antérieure est quant à elle utilisée sur des emballages de chocolats ayant une forme de pastille et renvoie à la forme de la praline à la liqueur vendue par l'opposant plus qu'à un chapeau boule ou une boule de glace.

20. Le défendeur conclut qu'il n'existe pas de risque de confusion, de sorte que l'opposition doit être déclarée non fondée et la demande d'enregistrement du signe contesté doit être acceptée.

III. DÉCISION

A.1 Risque de confusion

21. Conformément à l'article 2.14 CBPI, le titulaire d'une marque antérieure peut, dans un délai de deux mois à compter de la publication de la demande, former une opposition écrite auprès de l'Office contre une marque qui prend rang après la sienne, conformément aux dispositions de l'article 2.2ter CBPI.

22. L'article 2.2b(1) CBPI stipule, dans la mesure où cela est pertinent en l'espèce : *"Une marque n'est pas enregistrée si une opposition est formée contre elle [...] si : [...] elle est identique ou similaire à une marque antérieure et se rapporte à des produits ou services identiques ou similaires et il existe donc un risque de confusion dans l'esprit du public, même si cette confusion est causée par l'association avec la marque antérieure"*.¹

23. Un risque de confusion au sens de cette disposition existe si le public peut croire que les produits ou services désignés par cette marque et ceux couverts par la marque demandée proviennent de la même entreprise ou, le cas échéant, d'entreprises économiquement liées.²

24. Selon la jurisprudence constante de la CJUE, l'existence d'un risque de confusion doit être appréciée globalement, en tenant compte de toutes les circonstances pertinentes du cas d'espèce, notamment le degré de similitude entre les signes en cause et les produits ou services concernés, le degré de notoriété de la marque antérieure et le degré de distinctivité - inhérent ou acquis par l'usage - de la marque antérieure.³

Comparaison des signes

25. Afin d'évaluer le degré de similitude entre les signes, il faut déterminer leur similitude visuelle, auditive et conceptuelle. La comparaison doit être fondée sur l'impression générale créée par ces signes. La perception des signes par le consommateur moyen joue un rôle décisif dans l'évaluation. Le consommateur moyen perçoit généralement un signe comme un tout et ne prête pas attention à ses différents détails.⁴

26. Si la comparaison doit se fonder sur l'impression globale produite par les signes dans l'esprit du public pertinent, elle doit néanmoins être effectuée à la lumière des qualités intrinsèques des signes en cause.⁵ L'impression générale créée par un signe composé sur le public concerné peut, dans certaines circonstances, être dominée par un ou plusieurs de ses composants. Pour apprécier si tel est le cas, il convient notamment de tenir compte des qualités intrinsèques de chacun de ces éléments en les comparant

¹ L'art. 2.2ter, paragraphe 1 sous b CBPI met en œuvre l'art. 5, paragraphe 1 sous b Directive (UE) 2015/2436 du Parlement européen et du Conseil du 16 décembre 2015 rapprochant les législations des États membres sur les marques. Une disposition comparable figure à l'article 8, paragraphe 1, point b), du règlement (UE) 2017/1001 du Parlement européen et du Conseil du 14 juin 2017 sur la marque de l'Union.

² CJUE 11 juin 2020, C-115/19 P, ECLI:EU:C:2020:469, point 54 (China Construction Bank).

³ CJUE 4 mars 2020, C-328/18 P, ECLI:EU:C:2020:156, point 57 et la jurisprudence y mentionnée (Equivalenza).


⁴ CJUE 4 mars 2020, C-328/18 P, ECLI:EU:C:2020:156, point 58 et la jurisprudence y mentionnée (Equivalenza).

⁵ CJUE 4 mars 2020, C-328/18 P, ECLI:EU:C:2020:156, point 71 et la jurisprudence y mentionnée (Equivalenza).

avec les qualités des autres éléments. En outre, on peut examiner la relation entre les divers éléments de la configuration du signe composé.⁶

27. En résumé, en ce qui concerne la similitude visuelle, phonétique et conceptuelle des signes, l'appréciation de la similitude des signes doit se fonder sur l'impression d'ensemble donnée par les signes, en tenant compte, notamment, de leurs composantes distinctives et dominantes.

28. Les signes à comparer sont les suivants :

Opposition basée sur :	Opposition dirigée contre :
BOUBOUL	

Comparaison conceptuelle

29. Selon l'opposant, les éléments verbaux n'ont aucune signification (voir point 10). Le défendeur en revanche estime que la marque invoquée renvoie à la forme de la praline à la liqueur vendue par l'opposant. Le signe contesté fait selon lui référence au chapeau boule ainsi qu'à une boule de glace et à une personne gourmande en surcharge pondérale (voir point 19).

30. En ce qui concerne le dernier sens mentionné par le défendeur, l'Office trouve en effet la description suivante sur internet : « lorsqu'une personne est qualifiée de bouboule, cela signifie généralement qu'elle a une apparence physique plutôt généreuse et quelques kilos en trop. Le terme n'est pas péjoratif, il démontre même une certaine affection. »⁷

31. L'Office considère qu'au moins une partie du public concerné percevra la marque invoquée dans le même sens, car tout le monde ne connaîtra pas l'orthographe correcte du mot.

32. Les signes sont conceptuellement similaires pour au moins une partie du public concerné.

Comparaison visuelle

33. La marque invoquée est une marque purement verbale, composée d'un mot de sept lettres. Le signe contesté est une marque combinée, verbale et figurative, représentant un cornet de glace avec un chapeau melon en haut et une cravate stylisée en bas. À côté de cet élément figuratif se trouvent les mots BOU et BOULE, placés l'un en dessous de l'autre, avec un point noir dans chaque lettre, à l'exception des lettres U.

34. Bien que dans les marques composées (éléments verbaux et figuratifs) l'élément verbal a souvent un impact plus élevé sur le consommateur que l'élément figuratif⁸, l'Office établit que les éléments figuratifs

⁶ Tribunal UE 23 octobre 2002, T-6/01, ECLI:EU:T:2002:261, points 34 et 35 (Matratzen) et 13 décembre 2007, T-242/06, ECLI:EU:T:2007:391, point 47 (El Charcutero Artesano).

⁷ <https://www.linternaute.fr/dictionnaire/fr/definition/bouboule/>.

⁸ Tribunal UE 14 juillet 2005, T-312/03, ECLI:EU:T:2005:289, point 37 (Selenium-Ace).

ne peuvent pas être ignorés dans l'impression d'ensemble du signe contesté.⁹ Après tout, un cornet de glace orné d'un chapeau melon et d'une cravate n'est certainement pas un spectacle quotidien. En outre, cet élément figuratif est situé entièrement au début du signe, partie à laquelle les consommateurs attacheront généralement plus d'importance.¹⁰

35. Toutefois, cela ne change rien au fait que les éléments verbaux du signe contesté sont également clairement discernables. Le fait qu'ils soient scindés en deux mots et la stylisation spécifique n'empêchent pas que toutes les lettres de la marque invoquée soient répétées clairement et dans le même ordre dans ce signe. Seule une lettre a été ajoutée, ce qui ne peut pas enlever l'impression générale d'une certaine similitude visuelle.

36. Visuellement, les signes sont similaires dans un certain degré.

Comparaison phonétique

37. En ce qui concerne la comparaison sur le plan phonétique, il convient de rappeler que, au sens strict, la reproduction phonétique d'un signe complexe correspond à celle de tous ses éléments verbaux, indépendamment de leurs spécificités graphiques, qui relèvent plutôt de l'analyse du signe sur le plan visuel.¹¹

38. La marque invoquée se prononce en deux syllabes : [bu-bul]. Étant donné qu'un e muet à la fin d'un mot n'est généralement pas prononcé en français, le signe contesté a la même sonorité.

39. Les signes sont identiques sur le plan phonétique.

Conclusion

40. Conceptuellement, les signes sont similaires pour au moins une partie du public concerné, sur le plan visuel ils se ressemblent dans un certain degré, et phonétiquement ils sont identiques.

Comparaison des produits

41. Pour apprécier la similitude des produits ou services en cause, il y a lieu de tenir compte de tous les facteurs pertinents qui caractérisent le rapport entre les produits ou services. Ces facteurs incluent, en particulier, leur nature, leur destination, leur usage, ainsi que leur caractère concurrent ou complémentaire.¹²

42. Lorsque l'on compare les produits sur lesquels l'opposition est basée à ceux contre lesquels l'opposition est dirigée, il y a lieu de considérer respectivement, les produits tels que formulés au registre et ceux repris dans la demande de marque.¹³

⁹ Gerechtshof 's-Gravenhage 11 septembre 2012, 200.105.827/0, ECLI:NL:GHSGR:2012:BX8916 (MOOVE4MOVE).

¹⁰ Tribunal UE 17 mars 2004, T-183/02 et T-184/02, ECLI:EU:T:2004:79, point 81 (Mundicor).

¹¹ Tribunal UE 25 mai 2005, T-352/02, ECLI:EU:T:2005:176, point 42 (PC Works) et 21 avril 2010, T- 361/08, ECLI:EU:T:2010:152, point 58 (Thai Silk).

¹² CJUE 29 septembre 1998, C-39/97, ECLI:EU:C:1998:442, point 23 (Canon).

¹³ Tribunal UE 16 juin 2010, T-487/08, ECLI:EU:T:2010:237, point 71 (Kremezin).

43. Les produits à comparer sont les suivants :

Opposition basée sur :	Opposition dirigée contre
<p>Classe 30 Chocolade; Chocoladecake; Chocoladedrank; Chocoladerepen; Chocoladecrème; Chocoladepasta; Chocoladesnoep; Chocoladegebak; Chocoladehagel; Chocoladehazen; Chocoladepoeder; Chocolademousse; Chocoladewafels; Chocoladekoekjes; Chocoladedranken; Chocoladecaramel; Chocoladeschelpen; Chocoladesnoepjes; Chocoladesmeersels; Chocolade schijfjes; Chocolade truffels; Chocolade-eieren; Suikerbakkerswaren gemaakt van chocolade; Pralines (bonbons) gemaakt van chocolade; Chocolade in de vorm van zeepaardjes; Vruchten met een laagje chocolade [suikergoed]; Chocolade in de vorm van bonbons; Chocoladewaren in de vorm van schelpen; Desserts (kant-en-klare -) [op basis van chocolade]; Marshmallows met een laagje chocolade die toffee bevatten; Kant-en-klare voedselrepen op basis van chocolade; Marsepein; Producten op basis van chocolade; Zoetigheden (snoep), snoeprepen en kauwgom; Suikergoed; Banketbakkerswaren, cakes, taarten en biscuits (koekjes); Snoepgoed.</p> <p><i>Classe 30 chocolat, gâteau au chocolat ; boisson au chocolat ; barres de chocolat ; crème au chocolat ; pâte de chocolat ; bonbons au chocolat ; gâteau au chocolat ; grêle au chocolat ; lapins au chocolat ; poudre de chocolat ; mousse au chocolat ; gaufres au chocolat ; biscuits au chocolat ; boissons au chocolat ; caramel au chocolat ; coquilles au chocolat ; bonbons au chocolat ; pâtes à tartiner au chocolat ; tranches au chocolat ; truffes au chocolat ; œufs au chocolat ; confiseries au chocolat ; chocolats (bonbons) au chocolat ; chocolat en forme d'hippocampe ; fruits avec une couche de chocolat [bonbons] ; chocolat en forme de bonbons ; produits en chocolat en forme de coquilles ; desserts (prêts à l'emploi -) [à base de chocolat] ; guimauves avec une couche de chocolat contenant du caramel ; barres alimentaires prêtes à l'emploi à base de chocolat ; massepain ; produits à base de chocolat ; sucreries (bonbons), barres chocolatées et chewing-gum ; bonbons ; produits de pâtisserie, gâteaux, tartes et biscuits ; confiseries.</i></p>	<p>Classe 30 Crème glacée aux fruits; Crème glacée infusée à l'alcool; Crème glacée à base de produits laitiers; Crème glacée à base de yaourt [la crème glacée prédominant]; Crèmes glacées; Crèmes glacées [desserts]; Crèmes glacées parfumées; Crèmes glacées aux fruits; Crèmes glacées contenant du chocolat; Crèmes glacées aromatisées au chocolat; Crèmes glacées à base de produits non laitiers; Crème anglaise glacée; Glace, crèmes glacées, yaourts glacés et sorbets; Gâteaux de crème glacée; Lait glacé [crème glacée]; Produits de crème glacée à base de soja; Gâteaux à la crème glacée.</p>
<p><i>N.B. La langue originale de la liste des produits de cette marque est le néerlandais. La traduction française a été rajoutée afin de faciliter la lecture de cette décision.</i></p>	

44. Les produits *gâteaux de crème glacée* et *gâteaux à la crème glacée* du signe contesté relèvent du terme général des *gâteaux* de la marque invoquée et sont donc identiques à ces derniers. Il est en effet

de jurisprudence constante que lorsque les produits visés par la marque antérieure incluent les produits visés par la demande de marque, ces produits sont considérés comme identiques.¹⁴

45. Les produits *crèmes glacées contenant du chocolat* et *crèmes glacées aromatisées au chocolat* du signe contesté relèvent des *produits à base de chocolat* de la marque invoquée et sont donc identiques à ceux-ci.

46. Les autres produits du signe contesté *crème glacée aux fruits ; crème glacée infusée à l'alcool ; crème glacée à base de produits laitiers ; crème glacée à base de yaourt [la crème glacée prédominant] ; crèmes glacées ; crèmes glacées [desserts] ; crèmes glacées parfumées ; crèmes glacées aux fruits ; crèmes glacées à base de produits non laitiers ; crème anglaise glacée ; glace, crèmes glacées, yaourts glacés et sorbets ; lait glacé [crème glacée] ; produits de crème glacée à base de soja* sont similaires aux produits de la marque invoquée. Tous ces produits peuvent être consommés comme des desserts ou des en-cas sucrés, tout comme les produits de la marque invoquée. De plus, crèmes glacées et, plus encore, les desserts glacés peuvent être à base de chocolat ou de cacao, dans la mesure où ils peuvent contenir de la crème glacée ou de la sauce aromatisée au chocolat. En outre, ce sont souvent les mêmes fabricants qui proposent une version réfrigérée de leurs produits (chocolatiers). Tous ces produits peuvent se trouver dans les mêmes points de vente, s'adresser aux mêmes consommateurs, provenir du même type d'entreprises. En outre, certains de ces produits ont également la même nature et/ou la même finalité, certains d'entre eux peuvent être en concurrence les uns avec les autres.

Conclusion

47. Les produits du signe contesté sont partiellement identiques et partiellement similaires aux produits de la marque invoquée.

A.2 Appréciation globale

48. L'attention du public, l'identité ou la similitude des produits et services ainsi que la ressemblance des marques jouent un rôle particulier dans l'appréciation du risque de confusion.

49. L'appréciation globale implique une certaine interdépendance entre les facteurs à prendre en compte, et notamment la similitude des marques et celle des produits ou services désignés. Ainsi, un faible degré de similitude entre les produits ou services désignés peut être compensé par un degré élevé de ressemblance entre les marques, et inversement.¹⁵

50. Le consommateur moyen est censé être normalement informé et raisonnablement attentif et avisé. Cependant, il faut tenir compte du fait que le consommateur moyen n'a que rarement la possibilité de procéder à une comparaison directe des différentes marques, mais doit se fier à l'image non parfaite qu'il en a gardée en mémoire.¹⁶ Il échet également de prendre en considération le fait que le niveau d'attention du consommateur moyen est susceptible de varier en fonction de la catégorie de produits ou services en cause.¹⁷ Dans le cas d'espèce, il s'agit de produits de consommation courante, de sorte que le niveau d'attention à considérer est un niveau normal.

¹⁴ Tribunal UE 23 octobre 2002, T-104/01, ECLI:EU:T:2002:262, point 32-33 (Fifties); 24 novembre 2005, T-346/04, ECLI:EU:T:2005:420, point 34 (Arthur et Félicie) et 21 octobre 2008, T-95/07, ECLI:EU:T:2008:455, point 35 (Prazol).

¹⁵ Arrêts Canon et Lloyd Schuhfabrik Meyer, déjà cités.

¹⁶ Arrêt Lloyd Schuhfabrik Meyer, précité.

¹⁷ Arrêt Lloyd Schuhfabrik Meyer, précité.

51. Il convient de relever que le risque de confusion est d'autant plus élevé que le caractère distinctif de la marque antérieure s'avère important. Les marques qui ont un caractère distinctif élevé, soit intrinsèquement, soit en raison de la notoriété dont elles jouissent sur le marché, bénéficient d'une protection plus étendue que celles dont le caractère distinctif est moindre.¹⁸ L'Office est d'avis que la marque invoquée dispose d'un caractère distinctif plutôt faible, étant donné qu'elle peut référer à une des caractéristiques des produits concernés (la forme des produits ou un consommateur gourmand).

52. Toutefois, la reconnaissance d'un caractère faiblement distinctif de la marque antérieure n'empêche pas de constater l'existence d'un risque de confusion en l'espèce. En effet, si le caractère distinctif de la marque antérieure doit être pris en considération pour apprécier le risque de confusion, il n'est qu'un élément parmi d'autres intervenant lors de cette appréciation. Ainsi, même en présence d'une marque antérieure à caractère distinctif faible, il peut exister un risque de confusion, notamment, en raison d'une similitude des signes et des produits visés.¹⁹

53. Les signes se ressemblent dans un certain degré sur le plan visuel, phonétiquement ils sont identiques et conceptuellement ils sont similaires pour au moins une partie du public concerné. Dans ce contexte, il convient de noter qu'un risque de confusion dans l'esprit d'une partie du public est suffisant pour justifier l'opposition.²⁰ Enfin, les produits concernés sont identiques ou similaires. Pour ces raisons, et en tenant compte avec tous les facteurs à prendre en considération, l'Office conclut que le public concerné peut croire que les produits proviennent de la même entreprise ou d'une entreprise économiquement liée et qu'il existe donc un risque de confusion.

¹⁸ Arrêt Canon, précité.

¹⁹ Tribunal UE 13 décembre 2007, T-134/06, ECLI:EU:T:2007:387, point 70 (Pages Jaunes) et CJUE 8 novembre 2016, C-43/15 P, ECLI:EU:C:2016:837, point 63 et la jurisprudence citée (Kompressor).

²⁰ Tribunal UE 9 mars 2005, T-33/03, ECLI:EU:T:2005:89, point 39 (Hai/Shark).

B. Conclusion

54. Vu ce qui précède, l'Office est d'avis qu'il existe un risque de confusion.

IV. CONSÉQUENCES

55. L'opposition numéro 2018091 est justifiée.

56. La demande Benelux 1462036 n'est pas enregistrée pour les produits suivants :

Classe 30 Tous les produits.

57. La demande Benelux 1462036 est enregistrée pour les produits suivants, contre lesquels l'opposition n'est pas dirigée :

Classe 25 Tous les produits.

58. L'opposition étant justifiée, le défendeur est redevable d'un montant de 1.045 euros au bénéfice de l'opposant en vertu de l'article 2.16, alinéa 5, CBPI, à lire en lien avec la règle 1.28, alinéa 3 RE. Cette décision forme titre exécutoire en vertu de l'article 2.16, alinéa 5, CBPI.

La Haye, le 25 mai 2023



Willy Neys
rapporteur

Tineke Van Hoey

Camille Janssen

Agent chargé du suivi administratif : Jeanette Scheerhoorn