



OFFICE BENELUX DE LA PROPRIETE INTELLECTUELLE

DECISION en matière d'OPPOSITION

du 10 janvier 2008

N° 2000120

Opposant: **Akzo Nobel Coatings International B.V.**

Velperweg 76
6824 BM Arnhem,
Pays-Bas.

Mandataire: **Akzo Nobel N.V.**

Patent and Trademark Department
Velperweg 76
6824 BM Arnhem,
Pays-Bas.

Marques:

Droit invoqué 1 : ALPHA (enregistrement Benelux 35063)
Droit invoqué 2 : ALPHALUX (enregistrement Benelux 381730)
Droit invoqué 3 : ALPHALOXAN (enregistrement Benelux 480798)
Droit invoqué 4 : ALPHATEX (enregistrement Benelux 35061)
Droit invoqué 5 : ALPHACOAT (enregistrement Benelux 17761)
Droit invoqué 6 : ALPHAXYLAN (enregistrement Benelux 737638)
Droit invoqué 7 : ALPHANOVA (enregistrement Benelux 748339)
Droit invoqué 8 : ALPHACASO (enregistrement Benelux 751380)
Droit invoqué 9 : ALPHADUR (enregistrement Benelux 759177)

contre

Défendeur: **Deutsche Amphibolin-Werke von Robert Murjahn Stiftung & Co KG**

Roßdörfer Strasse 50
64372 Ober-Ramstadt,
Allemagne.

Mandataire: **BUREAU M.F.J. BOCKSTAEL nv**

Arenbergstraat 13
2000 Antwerpen,
Belgique.

Marque contestée: ALLFAcolor (dépôt international 868339)

I. FAITS ET PROCEDURE

A. Faits

1. Le 14 septembre 2005, le défendeur a introduit un dépôt international de la marque verbale « ALLFAcolor » en désignant entre autres le Benelux pour distinguer des produits en classes 02, 07 et 19. Le dépôt international a été mis à l'examen sous le numéro 868339 et a été publié le 29 décembre 2005 dans la *Gazette OMPI des marques internationales* 2005/47.

2. Le 28 février 2006, l'opposant a introduit une opposition contre l'enregistrement au Benelux de ce dépôt. L'opposition est basée sur les marques verbales Benelux antérieures « ALPHA » (enregistrement Benelux 35063) déposée le 4 juin 1971 pour des produits en classes 02 et 03, « ALPHALUX » (enregistrement Benelux 381730) déposée le 1 juin 1982 pour des produits en classe 02, « ALPHALOXAN » (enregistrement Benelux 480798) déposée le 21 juin 1990 pour des produits en classe 02, « ALPHATEX » (enregistrement Benelux 35061) déposée le 4 juin 1971 pour des produits en classe 02, « ALPHACOAT » (enregistrement Benelux 17761) déposée le 26 novembre 1971 pour des produits en classe 02, « ALPHAXYLAN » (enregistrement Benelux 737638) déposée le 15 juillet 2003 pour des produits en classe 02, « ALPHAVOVA » (enregistrement Benelux 748339) déposée le 25 mai 2004 pour des produits en classe 02, « ALPHACASO » (enregistrement Benelux 751380) déposée le 29 juillet 2004 pour des produits en classe 02 et « ALPHADUR » (enregistrement Benelux 759177) déposée le 23 décembre 2004 pour des produits en classe 02.

3. L'opposant est le titulaire des droits invoqués, ainsi qu'il ressort du registre. L'opposition a été notifiée au défendeur le 2 mars 2006.

4. L'opposition est introduite contre tous les produits mentionnés en classe 02.

5. L'opposition est basée sur tous les produits revendiqués en classe 02.

6. Les motifs de l'opposition sont ceux consignés à l'article 2.14, alinéa 1^{er}, sous a et à l'article 2.18 de la Convention Benelux en matière de propriété intellectuelle¹.

7. La langue de la procédure est le français.

B. Déroulement de la procédure

8. Le 31 mars 2006, le défendeur a constitué par courrier le Bureau M.F.J. Bockstael comme mandataire. Par ce même courrier, le défendeur a refusé le Néerlandais en tant que langue de la procédure, mais a accepté l'utilisation de l'Anglais pour l'échange des arguments. Ceci a été communiqué aux parties par l'Office le 11 avril 2006.

¹ L'opposition a été introduite sur base de l'ancienne Loi Uniforme sur les Marques (ci-après "LUM"), laquelle a été remplacée par la Convention Benelux en matière de propriété intellectuelle (ci-après "CBPI"). Les dispositions concernées n'ont pas subi de modifications portant sur le contenu. Dans cette décision, il sera fait uniquement référence aux dispositions actuelles de la CBPI.

9. La phase contradictoire de la procédure a débuté le 3 mai 2006. L'Office Benelux de la propriété intellectuelle (ci après « l'Office ») a adressé le 11 mai 2006 aux parties un avis relatif au début de la procédure.

10. Chaque partie a introduit ses observations dans les délais impartis par l'Office.

11. Le 11 juillet 2006, l'opposant a introduit ses arguments et pièces étayant l'opposition, qui ont été envoyés par l'Office au défendeur le 26 juillet 2006, un délai de deux mois étant imparti à ce dernier pour y répondre et pour demander éventuellement des preuves d'usage.

12. Le 9 août 2006, le défendeur a demandé des preuves d'usage. Cette demande a été transmise à l'opposant, le 16 août 2006. Le 5 octobre 2006, l'opposant a soumis des preuves d'usage. Celles-ci ont été envoyées au défendeur le 16 novembre 2006, un délai de deux mois étant imparti à ce dernier pour y répondre, ainsi qu'aux arguments.

13. Le 16 janvier 2007, le défendeur a réagi aux arguments et preuves d'usage de l'opposant. Cette réaction a été envoyée par l'Office à l'opposant le 30 janvier 2007.

14. L'Office estime qu'il dispose d'éléments suffisants pour pouvoir statuer sur l'opposition.

II. MOYENS DES PARTIES

15. L'opposant a introduit, en application de l'article 2.14, alinéa 1^{er}, sous a CBPI, une opposition auprès de l'Office, conformément aux dispositions de l'article 2.3, sous b CBPI: risque de confusion en raison de la ressemblance des signes concernés et de l'identité ou de la similitude des produits des marques en question.

16. L'opposant estime que les signes se ressemblent : la marque « ALPHA » est distinctive, sans signification descriptive pour les produits concernés, alors que la marque opposée est composée des mots « ALLFA » et « color ». L'opposant est d'avis que le mot « color » (couleur) est descriptif et non distinctif à l'égard des produits indiqués par la marque opposée et que le mot « ALLFA » est l'élément le plus dominant de cette marque. L'opposant développe qu'au niveau phonétique et conceptuel ALLFA et ALPHA sont identiques et que du point de vue visuel ces signes se ressemblent fortement.

17. En ce qui concerne les produits, l'opposant trouve que les produits de la classe 02 des marques en question sont très similaires, voire identiques. Etant donné la ressemblance entre les signes et la similarité des produits, l'opposant affirme qu'il y a risque de confusion.

18. De plus, l'opposant relève que la marque opposée ressemble également la série des autres droits invoqués, qui ont le préfixe ALPHA en commun, parce que dans les deux cas, l'élément dominant est la partie ALPHA ou ALLFA. Les produits sont également similaires et il existe donc dans ce cas aussi un risque de confusion.

19. En référant à un arrêt du TPI (T-149/03), l'opposant invoque l'utilisation d'une série de marques. L'opposant estime que le consommateur pensera que les produits vendus sous la marque ALLFAcolor ont la même provenance commerciale que les produits de l'opposant et qu'il y a donc risque d'association, voire même risque de confusion.

20. L'opposant prie l'Office d'accueillir l'opposition et de refuser la partie Benelux de l'enregistrement international no. 868339 pour les produits en classe 02.

21. Tout d'abord, le défendeur a demandé des preuves d'usage.

22. En réponse aux arguments de l'opposant et aux preuves d'usages produites par ce dernier, le défendeur estime que l'interprétation de l'opposant prétendant qu'il soit le seul et unique en droit d'utiliser en classe 2 les mots ALPHA, ALFA et des combinaisons contenant ALPHA, ALFA et ALLFA, est large et n'est pas en concordance avec le critère de la confusion.

23. Le défendeur souligne qu'après des recherches, il s'avère que des demandes antérieures relatives aux signes A ou α ont été rejetées par un tribunal. Un caractère unique et le nom de ce caractère peuvent être utilisés de manière libre. Ceci s'applique aussi – suivant le défendeur – aux signes A ou ALPHA. Le défendeur est donc d'avis que seules les marques de l'opposant qui sont une combinaison du mot ALPHA ou ALFA avec un autre mot ou avec un élément figuratif peuvent donc être prises en considération.

24. Le défendeur est d'avis qu'il n'y a pas de risque de confusion possible lors de la comparaison des marques de l'opposant et du signe ALLFAcolor.

25. En recherchant dans les registres des marques Benelux, internationales et communautaires, le défendeur a trouvé un nombre très élevé de 102 marques commençant par ALPHA ou ALFA, mais seulement trois marques commençant par ALLFA, appartenant toutes au défendeur.

26. De plus, le défendeur argumente qu'il y a une différence entre AL et le caractère A, par conséquent il n'y a pas de confusion possible. Le préfixe diffère de manière phonétique et conceptuelle, donc le défendeur estime qu'il n'y a pas de confusion possible.

27. Concernant l'argument de l'opposant prétendant qu'il dispose d'une marque de série, le défendeur est d'avis que les conditions d'une série de marque ne sont pas remplies, car le préfixe en commun n'est pas distinctif et qu'il existe d'autres marques qui commencent par ALPHA ou ALFA appartenant à d'autres titulaires.

28. Le défendeur demande dès lors de rejeter l'opposition.

III. DECISION

A. Recevabilité de l'opposition

29. La taxe d'opposition a été acquittée conformément aux dispositions réglementaires.
30. L'opposition a été introduite dans le délai prescrit et conformément aux formalités et aux autres conditions prescrites.
31. Par conséquent, l'opposition est recevable.

B. Quant au fond

B.1. Preuves d'usages

32. En application de l'article 2.16, paragraphe 3, sous a, CBPI et article 2.26, par 2, sous a CBPI un usage normal de la marque doit être fait sur le territoire Benelux pour les produits ou services pendant une période de cinq années antérieure à la date de publication du dépôt contre lequel l'opposition est dirigée.
33. Conformément à la règle 1.29 du Règlement d'exécution les preuves d'usage doivent comprendre des indications sur le lieu, la durée, l'importance et la nature de l'usage qui a été fait de la marque antérieure pour les produits et services sur lesquels l'opposition est fondée.
34. La demande d'enregistrement contestée a été publiée le 29 décembre 2005. La période de cinq ans court dès lors à partir du 29 décembre 2000 jusqu'au 29 décembre 2005.
35. Etant donné que les enregistrements des marques ALPHAXYLAN, ALPHANOVA, ALPHACASO et ALPHADUR sur lesquels l'opposition est entre autres basée, ont eu lieu dans la période de cinq ans précitée, des preuves d'usages pour lesdites marques ne doivent pas être fournies. En ce qui concerne les autres droits invoqués, le délai de cinq ans est largement dépassé et la demande de preuves d'usage est donc fondée.

36. L'opposant a introduit les pièces suivantes:
- i. Sikkens Verftechnisch Vademecum (août 2001);
 - ii. Sikkens Verftechnisch Vademecum (février 2005);
 - iii. Sikkens Kleurselectie;
 - iv. Sikkens Façade Collectie;
 - v. Documentation;
 - vi. Factures;
 - vii. Sikkens Aankooptarief Tarif d'achat 15/03/1998;
 - viii. Sikkens Aankooptarief Tarif d'achat 01/04/1999;
 - ix. Sikkens Aankooptarief Tarif d'achat 01/03/2002;
 - x. Prijscourant Bouwverven.

37. Plusieurs documents introduits, comme les deux exemplaires du Sikkens Verftechnisch Vademecum, la documentation et les bons de valeurs, ne font pas expressément référence au Benelux. Ils sont toutefois rédigés en Néerlandais et édités par Akzo Nobel à Sassenheim (Pays-Bas).

Sikkens Verftechnisch Vademecum

38. Les deux livres d'août 2001 et de février 2005 appelés "Verftechnisch Vademecum" reprennent des pages techniques par produit. Il s'agit de produits portant des noms qui commencent par Alpha, Alphacoat, Alphaloxan, Alphalux et Alphetex.

Sikkens Kleurselectie et Sikkens Façade Collectie

39. Il s'agit de deux éventails de couleurs montrant des exemples de couleurs disponibles chez Sikkens en général et dans la collection Façade. Parmi ces couleurs on trouve des produits portant les noms Alpha Betonverf, Alphacoat, Alphaloxan, Alphetex, Alpha Isolux, Alpha Superlux, Alpha Kwarts, etc. Les explications reprises dans ces éventails sont rédigées en Néerlandais et au dos de ces éventails les coordonnées d'Akzo Nobel à Sassenheim et le site web www.sikkens.nl sont repris.

Documentation

40. En plus des éléments ci-dessus, l'opposant a fourni de la documentation supplémentaire, constituée de

- quelques pages reproduisant des images d'étiquettes de peintures reprenant le nom Alpha ou des combinaisons mentionnant Alpha;
- dix brochures en Néerlandais sur les peintures Alpha, Alphetex, Alphalux;
- trois bons de valeurs;
- des copies de quelques actions;
- des communiqués de presse de novembre 2002, 2003, d'avril 2005 et de mars 2006;
- copie "presentatiewanden";
- copie "schildertechnieken";
- une copie d'une brochure avec des échantillons de couleurs;
- extraits du site web www.sikkens.nl;
- 4 brochures de Sikkens Bouwverven (Belgique).

41. Sur le dos des brochures relatives à la peinture ALPHA, le site web www.sikkens.nl est repris, ainsi qu'un code dans le format xx/yy. Ce code est en règle général utilisé pour indiquer la date de la version des brochures. L'Office estime dès lors que ceci est également le cas dans le cas présent. Deux brochures ne font pas partie de la période pertinente.

42. Deux bons de valeurs ont une validité du 1er février jusqu'au 1er avril 2006, donc en dehors de la période pertinente.

43. Les copies sont également en Néerlandais, mais n'indiquent aucune date (sauf celle écrite à la main par l'opposant).

44. Les communiqués de presse sont en Néerlandais et indiquent au dessus le mois et l'année de leur publication. Le communiqué de mars 2006 est hors de la période pertinente.

45. Sur les brochures reprenant des échantillons de couleurs et sur la copie nommée "Presentatiewanden", il n'y a pas de mention de date. Les extraits du site web ainsi que la copie du livre "Schildertechnieken" ne comprennent pas de date.

46. Les brochures que l'opposant a désigné comme étant celles destinées à la Belgique n'ont pas de date, mais mentionnent bien une adresse en Belgique. La dernière brochure n'est pas en rapport avec les marques en cause.

Factures

47. L'opposant a soumis des factures destinées à quatre clients aux Pays-Bas, à savoir 6 factures pour l'année 2001, 6 factures pour l'année 2002, 5 de l'année 2003, sept de l'année 2004, 4 de l'année 2005 et 2 pour l'année 2006.

Tarifs d'achat

48. Trois exemplaires des tarifs d'achat ont été soumis, respectivement du 15 mars 1998, du 1er avril 1999 et du 1er mars 2002. Les deux premiers tarifs d'achat se trouvent en dehors de la période pertinente. Les documents mentionnent les marques suivantes: Alpha, Alphacoat, Alphalux, Alphaloxan, Alphatex.

Prijscourant Bouwverven

49. Il s'agit de 6 brochures en Néerlandais reprenant les prix par produit et une explication concernant ceux-ci. Les brochures datent de : avril 2001, avril 2002, février 2003, février 2004, février 2005 et janvier 2006.

Conclusion

50. Selon une jurisprudence constante (voir entre autres TPI, 8 novembre 2007, *Charlott*, T-169/06), "une marque fait l'objet d'un « usage sérieux » lorsqu'elle est utilisée, conformément à sa fonction essentielle qui est de garantir l'identité d'origine des produits ou des services pour lesquels elle a été enregistrée, aux fins de créer ou de conserver un débouché pour ces produits ou services, à l'exclusion d'usages de caractère symbolique ayant pour seul objet le maintien des droits conférés par cette marque. L'appréciation du caractère sérieux de l'usage de la marque doit reposer sur l'ensemble des faits et des circonstances propres à établir la réalité de l'exploitation commerciale de celle-ci dans la vie des affaires, en particulier les usages considérés comme justifiés dans le secteur économique concerné pour maintenir ou créer des parts de marché au profit des produits ou des services protégés par la marque, la nature de ces produits ou de ces services, les caractéristiques du marché, l'étendue et la fréquence de l'usage de ladite marque. Lorsqu'il répond à une réelle justification commerciale, dans les conditions précitées, un usage même minime de la marque [...] peut être suffisant pour établir l'existence d'un caractère sérieux" (Ordonnance CJCE, *La Mer Technology*, C-259/02, 16 octobre 2003, point 22; voir également arrêt CJCE, *Ansul*, C-40/01, 11 mars 2003, point 43 et décision opposition OBPI, *Noflik*, no. 2000087, 15 juin 2007, point 37).

51. "Dans l'interprétation de la notion d'usage sérieux, il convient de prendre en compte le fait que la ratio legis de l'exigence selon laquelle la marque antérieure doit avoir fait l'objet d'un usage sérieux pour être opposable à une demande de marque communautaire consiste à limiter des conflits entre deux marques, pour autant qu'il n'existe pas de juste motif économique découlant d'une fonction effective de la marque sur le marché [arrêt du Tribunal du 12 mars 2003, *Goulbourn/OHMI – Redcats (Silk Cocoon)*, T-174/01, Rec. p. II-789, point 38]. En revanche, ladite disposition ne vise ni à évaluer la réussite commerciale ni à contrôler la stratégie économique d'une entreprise ou encore à réserver la protection des marques à leurs seules exploitations commerciales quantitativement importantes" (Arrêt

TPI, *Vitafruit*, T-203/02, 8 juillet 2004, point 38). Les ventes confondues des produits pertinents prouvées par les factures démontrent un usage sérieux de la marque.

52. L'Office estime qu'à base de l'ensemble des preuves d'usage, l'opposant a suffisamment démontré l'utilisation des droits invoqués Alpha, Alphacoat, Alphalux, Alphaloxan, Alphatex durant la période pertinente.

B.2. Risque de confusion

53. Conformément à l'article 2.14, alinéa 1^{er}, sous a CBPI, 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 une opposition écrite auprès de l'Office Benelux de la propriété intellectuelle contre une marque qui prend rang après sa marque, conformément aux dispositions de l'article 2.3, sous a et b, ou qui est susceptible de créer une confusion avec sa marque notoirement connue au sens de l'article 6bis de la Convention de Paris.

54. L'article 2.3, sous a et b CBPI dispose: *“Le rang du dépôt s'apprécie en tenant compte des droits existants 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”.*

55. Selon la jurisprudence de la CJCE relative à l'interprétation de la directive 89/104/CEE du Conseil du 21 décembre 1988 rapprochant les législations des états membres sur les marques (ci-après: « la directive »), constitue un risque de confusion le risque que le public puisse croire que les produits ou services concernés proviennent de la même entreprise ou, le cas échéant, d'entreprises liées économiquement (arrêts CJCE, *Canon Kabushiki Kaisha/Metro-Goldwyn-Mayer Inc.*, affaire C-39/97, 29 septembre 1998; *Lloyd Schuhfabrik Meyer*, affaire C-342/97, 22 juin 1999; voir aussi e.a. CJBen, affaire A 98/3, *Brouwerij Haacht/Grandes Sources belges*, 2 octobre 2000; CJBen, affaire A 98/5, *Marca Mode/Adidas*, 7 juin 2002; Hoge Raad der Nederlanden, n° C02/133HR, *Flügel-flesje*, 14 novembre 2003; Cour d'appel de Bruxelles, N-20060227-1, 27 février 2006).

B.2.1. Comparaison des signes

56. L'appréciation globale du risque de confusion doit, en ce qui concerne la similitude visuelle, auditive ou conceptuelle des marques en cause, être fondée sur l'impression d'ensemble produite par les marques, en tenant compte, notamment, des éléments distinctifs et dominants de celles-ci.

57. Il ressort du libellé de l'article 4, paragraphe 1, sous b), de la directive (comp. article 2.14, alinéa 1^{er} CBPI rapproché de l'article 2.3, sous b CBPI), aux termes duquel « il existe, dans l'esprit du public, un risque de confusion qui comprend le risque d'association avec la marque antérieure », que la perception des marques qu'a le consommateur moyen du type de produit ou service en cause joue un rôle déterminant dans l'appréciation globale du risque de confusion. Le consommateur moyen perçoit normalement une marque comme un tout et ne se livre pas à un examen de ses différents détails (CJCE, *Sabel-Puma*, affaire C-251/95, 11 novembre 1997).

58. Les signes à comparer sont les suivants :

Opposition basée sur:	Opposition dirigée contre:
ALPHA	ALLFAcolor

Comparaison visuelle

59. Le droit invoqué est une marque verbale ALPHA.

60. Le signe contre lequel l'opposition est introduite est une marque verbale ALLFAcolor.

61. Les deux signes contiennent un seul mot. Visuellement, le droit invoqué se compose de cinq lettres et le signe contesté de dix lettres. Les deux premières lettres, ainsi que la dernière lettre du droit invoqué se situent à la même place dans le signe contesté.

62. Dans le cas de marques verbales, la première partie est en général la partie qui attire principalement l'attention du consommateur. Il convient de tenir compte des circonstances spécifiques de l'espèce. En ce qui concerne le signe contesté, l'élément dominant de ce signe est « ALLFA ». L'élément « color » (anglais pour couleur) est non seulement écrit en minuscules, mais dispose de plus d'un pouvoir distinctif limité, étant donné que pour les produits désignés cet élément peut être considéré comme descriptif.

63. L'Office conclut que, sur le plan visuel, il y a une ressemblance entre les signes.

Comparaison phonétique

64. Le droit invoqué se compose de deux syllabes et est prononcé comme [alfa].

65. Le signe contre lequel l'opposition est dirigé se compose de quatre syllabes et est prononcé comme [alfa'kɒlɔ].

66. Malgré la différence de longueur du signe contesté et de la marque invoquée, dans le cas des marques verbales, la première partie est en général la partie qui attire principalement l'attention du consommateur. En outre, l'élément dominant (les premières syllabes) est prononcé de la même façon que la marque invoquée.

67. Dès lors, sur le plan phonétique, il existe une ressemblance entre les signes.

Comparaison conceptuelle

68. Les signes ne se ressemblent pas sur le plan conceptuel.

69. Le droit invoqué, la marque verbale ALPHA a comme signification « 1. première lettre de l'alphabet grec, (fig.) le commencement » (Source : Le Petit Robert de la langue française 2006, Dictionnaire Le Robert, Paris).

70. Comme mentionné ci-dessus, l'élément « color » du signe contesté signifie « couleur ». Ni l'élément « ALLFA », ni le signe dans son entièreté n'ont une signification dans une des langues du Benelux.

71. Les deux signes n'ont pas de signification à l'égard des produits mentionnés.

72. Dès lors, l'Office constate que les signes ne se ressemblent pas au niveau conceptuel.

B.2.2. Comparaison des produits

73. Pour apprécier la similitude entre les produits en cause, il y a lieu de tenir compte de tous les facteurs pertinents qui caractérisent le rapport entre les produits. Ces facteurs incluent, en particulier, leur nature, leur destination, leur usage ainsi que leur caractère concurrent ou complémentaire (CJCE, arrêt Canon, déjà cité).

74. L'opposition est basée sur tous les produits en classe 02 des droits invoqués et est dirigée contre tous les produits en classe 02 du dépôt contesté.

Opposition basée sur:	Opposition dirigée contre:
KI 02 Emulsieverven, verbindmiddelen, muurverven, mineraalverven, fixatief, pastaverven en silicaatverven. <i>[CI 02 Peintures émulsives, liants pour peintures, peintures murales, peintures minérales, fixateurs, peintures sous forme de pâtes et peintures silicates.]</i>	CI 02 Peintures, vernis, laques; colorants; pigments et pâtes colorantes, compris dans cette classe; matières de charge, comprises dans cette classe; métaux en feuilles pour peintres, décorateurs, imprimeurs et artistes; laques pour la construction.

75. Les produits en classe 2 du signe contesté sont identiques, voir similaires aux produits en classe 2 de la marque invoquée. Ils servent tous la même destination et ont une nature identique ou similaire. Les peintures, comme les vernis, laques et les métaux en feuilles pour peintres, décorateurs, imprimeurs et artistes sont destinés à la peinture, soit artistique, soit fonctionnelle. Les colorants, pigments et pâtes colorantes sont utilisés avec de la peinture (complémentarité) ou au lieu de la peinture (concurrence).

76. Dès lors, l'Office conclut que les produits sont identiques voir similaires.

B.3. Autres facteurs pertinents

77. L'attention du public, l'identité ou la similitude des produits et services et la ressemblance des signes jouent en particulier un rôle dans l'appréciation du risque de confusion.

78. L'appréciation globale implique une certaine interdépendance entre les facteurs pris 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 similitude entre les marques, et inversement (arrêts Canon et Lloyd Schuhfabrik Meyer, déjà cités).

79. Le consommateur moyen est censé être normalement informé et raisonnablement attentif et avisé. 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. Il convient 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 (arrêt Lloyd Schuhfabrik Meyer, déjà cité). Force est de constater que le public concerné est formé de consommateurs moyens.

80. La thèse du défendeur (voir ci-dessus, point 23), que sur base de la décision d'un tribunal dont le défendeur semble disposer, l'opposant ne disposerait pas d'une protection pour la lettre A ou α et ne disposerait donc pas d'une protection pour la marque verbale ALPHA, ne peut pas être retenu. Dans ses arguments, le défendeur n'a pas transmis copie de la décision, et n'a indiqué aucune référence concernant cette décision précise. Même si cette décision du tribunal n'accorderait pas de protection à la lettre A ou α , ceci ne voudrait pas dire, comme le défendeur le prétend, que l'élément verbal ne peut pas être protégé. De plus, les décisions prises par des tribunaux qui ne concernent en rien l'Office ne lient pas ce dernier.

81. Que le défendeur aie trouvé d'autres marques qui commencent par ALPHA, n'implique pas que l'élément n'est pas distinctif pour les produits concernés. De plus, la liste annexée aux arguments du défendeur reprend aussi des marques qui n'ont pas de protection pour des produits en classe 02.

C. Conclusion

82. Vu ce qui précède, la ressemblance aux niveaux visuel et phonétique et l'identité voir similarité des produits, l'Office est d'avis qu'il existe un risque de confusion entre les deux signes en cause.

83. Etant donné qu'un risque de confusion a été constaté, il n'y a plus besoin de traiter les autres droits invoqués, ni l'argument de la marque de série.

IV CONSÉQUENCE

84. L'opposition est justifiée.

Par ces motifs, l'Office décide que

85. L'opposition portant le numéro 2000120 est fondée.

86. La demande de marque internationale portant le numéro 868339 ne sera pas enregistrée au Benelux, pour les produits contre lesquels l'opposition est dirigée, à savoir la classe 02.

87. L'opposition étant justifiée, le défendeur est redevable d'un montant de 1.000 euros au bénéfice de l'opposant en vertu de l'article 2.16, alinéa 5 CBPI en liaison avec la règle 1.32 du règlement d'exécution. La présente décision forme titre exécutoire en vertu de l'article 2.16, alinéa 5 CBPI.

La Haye, le 10 janvier 2008

Diter Wuytens
(*rapporteur*)

Saskia Smits

Camille Janssen

Agent chargé du suivi administratif: Françoise Dufrasne