



OFFICE BENELUX DE LA PROPRIETE INTELLECTUELLE

DECISION en matière d'OPPOSITION

du 16 octobre 2009

N° 2000737

- Opposant :** **TROS, een vereniging naar Nederlands recht**
Lage Naarderweg 45-47
1217 GN Hilversum
Pays-Bas
- Mandataire :** **Kennedy Van der Laan**
Boîte postale 58188
1040 HD Amsterdam
Pays-Bas
- Marques :** **Droit invoqué n° 1 :** TROS (enregistrement Benelux 439422)
Droit invoqué n° 2 : TROS (enregistrement Benelux 156286)
- contre*
- Défendeur :** **Radio-Télévision belge de la Communauté française (RTBF),
établissement public doté de la personnalité juridique**
Boulevard Auguste Reyers 52
1044 Schaerbeek
Belgique
- Mandataire :** **Bureau Gevers S.A.**
Holidaystraat 5
1831 Diegem
Belgique
- Marque contestée :** LA TROIS (dépôt Benelux 1118617)

I. FAITS ET PROCEDURE**A. Faits**

1. Le 7 septembre 2006, le défendeur a introduit un dépôt Benelux de la marque verbale « LA TROIS » pour distinguer des produits et services en classes 28, 38 et 41. Ce dépôt a été mis à l'examen sous le numéro 1118617. Le dépôt a été publié le 18 septembre 2006.

2. Le 24 octobre 2006, l'opposant a introduit une opposition contre l'enregistrement de ce dépôt. L'opposition est basée sur les marques verbales antérieures suivantes :

- TROS (enregistrement Benelux 439422) déposée le 17 décembre 1987 pour des produits en classes 9, 14, 16, 18, 25, 28 et 34 ;
- TROS (enregistrement Benelux 156286) déposée le 17 décembre 1987 pour des services en classes 38 et 41.

3. L'opposant est le titulaire des droits invoqués, comme cela ressort du registre.

4. L'opposition est introduite contre tous les produits et services du signe contesté. Elle est basée sur certains produits de la classe 28 du premier droit invoqué et sur tous les services revendiqués par le deuxième droit invoqué. Lors de l'introduction de ses arguments, l'opposant ne se base plus que sur certains services du deuxième droit invoqué, ainsi que sur les produits susmentionnés de la classe 28 du premier droit invoqué.

5. Les motifs de l'opposition sont ceux consignés à l'article 2.14, alinéa 1^{er}, sous a, de la Convention Benelux en matière de propriété intellectuelle (ci-après « CBPI »).

6. La langue de la procédure est le français.

B. Déroulement de la procédure

7. L'opposition est recevable. L'Office Benelux de la Propriété Intellectuelle (ci après « l'Office ») a adressé aux parties, le 1^{er} novembre 2006, la notification relative à la recevabilité de l'opposition.

8. La phase contradictoire de la procédure a débuté le 2 janvier 2007. Le 17 janvier 2007, l'Office a adressé aux parties un avis relatif au début de la procédure, un délai jusqu'au 17 mars 2007 étant imparti à l'opposant pour introduire ses arguments et pièces.

9. Le 16 mars 2007, l'opposant a introduit des arguments étayant l'opposition. Ceux-ci, ainsi que leur traduction, ont été envoyés par l'Office au défendeur le 26 juin 2007, un délai jusqu'au 26 août 2007 inclus étant imparti à ce dernier pour y répondre.

10. Le 20 août 2007, le défendeur a demandé des preuves d'usage. L'Office en a informé l'opposant en date du 23 août 2007, lui accordant un délai jusqu'au 23 octobre 2007 inclus pour l'introduction de ces preuves.

11. L'opposant a introduit des preuves d'usage le 19 octobre 2007. Ces preuves ont été envoyées au défendeur le 16 novembre 2007. Un délai jusqu'au 16 janvier 2008 fut imparti au défendeur pour y réagir, ainsi qu'aux arguments de l'opposant.

12. Le 16 janvier 2008, le défendeur a réagi aux arguments et preuves d'usage de l'opposant. La réaction du défendeur et sa traduction ont été envoyées par l'Office à l'opposant le 22 avril 2008.

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

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 l'identité ou de la ressemblance des signes concernés et de l'identité ou de la similitude des produits et services en question.

A. Arguments de l'opposant

16. L'opposant aborde en premier lieu l'historique de son association.

17. Concernant le niveau d'attention du consommateur moyen, l'opposant relève que le consommateur moyen des services concernés n'est ni attentif, ni vigilant. Il rajoute qu'il est – suite au changement du paysage média – très probable que les produits offerts sous les mentions « TROS » et « LA TROIS » atteindront en fait le même public.

18. L'opposant estime que les produits et services revendiqués par le dépôt contesté sont identiques à ses propres produits et services.

19. Selon l'opposant, l'appréciation globale des signes ne peut mener à une conclusion autre que leur similitude. En effet, l'opposant considère qu'au niveau visuel, l'élément « TROIS » est l'élément dominant dans le signe contesté et qu'il existe dès lors un haut degré de similitude. Sur le plan auditif, il est question de similitude. Conceptuellement, il n'existe pas de similitude, mais l'opposant explique qu'une telle similitude n'est pas une condition *sine qua non*.

20. L'opposant estime en outre que sa marque est une marque « forte », qui est devenue par son usage intensif et prolongé une marque de renommée. Pour soutenir sa thèse, l'opposant invoque sa part de marché, l'intensité et la durée de l'usage de cette marque via différents média, tels que la radio, la télévision et Internet, et joint des documents supportant ces facteurs.

21. L'opposant prie l'Office de bien vouloir accorder l'opposition.

B. Réaction du défendeur

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

23. Par rapport à ces preuves d'usage, il constate que l'opposant a omis de produire des preuves visant à établir l'usage de sa marque pour les produits visés en classe 28. Par conséquent, le défendeur estime que l'enregistrement Benelux n° 439422 ne peut pas être pris en considération comme base de la présente opposition.

24. En outre, le défendeur relève que certains documents sont hors période pertinente, certains ne démontrent qu'un usage pour un guide de programmes et d'autres représentent la dénomination « TROS » accompagnée d'un élément figuratif distinctif et dominant. Enfin, le défendeur relève qu'aucune des pièces produites ne démontre un usage de la marque sur les territoires belge et luxembourgeois.

25. A supposer que l'Office considère les documents comme étant suffisants, le défendeur développe que les produits en classe 28 du signe contesté et les services en classes 38 et 41 du droit invoqué ne sont pas similaires. Quant aux services en classes 38 et 41, le défendeur conteste qu'il s'agit de services identiques. Les services en jeu en classes 38 et 41 sont, selon lui, en partie identiques et en partie similaires.

26. Selon le défendeur, il existe des différences indéniables entre la marque verbale antérieure « TROS » et le signe contesté « LA TROIS ». Les signes sont visuellement fortement différents en longueur et en structure. La prononciation des signes diffère radicalement en longueur et en sonorité ; les signes n'ont aucune syllabe en commun. Le défendeur estime donc qu'il existe une forte différence phonétique entre les signes pris dans leur ensemble.

27. Sur le plan conceptuel, le défendeur partage l'opinion de l'opposant selon laquelle il n'existe pas de similitude conceptuelle entre les signes en jeu.

28. Le défendeur soulève que le signe « TROS » dispose d'un caractère distinctif normal. Sur base de la documentation déposée par l'opposant, il pourrait tout au plus admettre que la marque antérieure bénéficie d'un caractère distinctif accru. Cependant, indépendamment du degré de réputation dont jouit un signe antérieur ou de sa grande capacité inhérente à distinguer, lorsque les marques sont dissimilaires, il ne peut aucunement être question de risque de confusion.

29. Selon le défendeur, dans l'appréciation des éléments distinctifs et dominants du signe contesté, les éléments « LA » et « TROIS » doivent être mis sur un pied d'égalité. De plus, vu qu'il s'agit de signes courts, une différence mineure permettra de les différencier.

30. Le défendeur ne partage pas la position de l'opposant, selon laquelle le consommateur visé (composé d'une part des utilisateurs finaux et d'autre part des réalisateurs professionnels) serait inattentif et distrait. Le défendeur estime qu'il sera d'une attention moyenne.

31. Enfin, le défendeur relève que dans tous les canaux de distribution, les services sont proposés et prestés de façon telle qu'un examen visuel et phonétique par le consommateur est possible. La similitude ou la dissimilitude sur les plans visuel et phonétique joue donc, selon lui, un rôle important.

32. Le défendeur invite l'Office à conclure à l'absence de risque de confusion et à accepter à l'enregistrement le signe contesté, pour tous les produits et services déposés.

III. DECISION

A.1. Risque de confusion

33. Conformément à l'article 2.14, alinéa 1, CBPI, l'opposant, en tant que titulaire d'une marque antérieure, peut introduire une opposition auprès de l'Office contre une marque qui prend rang après la sienne, conformément aux dispositions de l'article 2.3, sous a et b, CBPI.

34. L'article 2.3, sous a et b, CBPI dispose : « *Le rang du dépôt s'apprécie en tenant compte des droits, existant au moment du dépôt et maintenus au moment du litige, à: a. des marques identiques déposées pour des produits ou services identiques; b. des marques identiques ou ressemblantes déposées pour des produits ou services identiques ou similaires, lorsqu'il existe, dans l'esprit du public, un risque de confusion qui comprend le risque d'association avec la marque antérieure* ».

35. Selon la jurisprudence constante de la CJCE relative à l'interprétation de la directive 2008/95/CE du Parlement européen et du Conseil du 22 octobre 2008 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, C-39/97, 29 septembre 1998 ; Lloyd Schuhfabrik Meyer, C-342/97, 22 juin 1999 ; voyez aussi e.a. CJBen, A 98/3, Brouwerij Haacht/Grandes Sources belges, 2 octobre 2000 ; CJBen, A 98/5, Marca Mode/Adidas, 7 juin 2002 ; Hoge Raad der Nederlanden, C02/133HR, Flügel-flesje, 14 novembre 2003 ; Cour d'appel de Bruxelles, N-20060227-1, 27 février 2006).

Comparaison des signes

36. Il ressort du libellé de l'article 4, paragraphe 1, sous b, de la Directive (comp. 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, C-251/95, 11 novembre 1997).

37. L'appréciation globale du risque de confusion doit, en ce qui concerne la ressemblance 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.

38. Les signes à comparer sont les suivants:

Opposition basée sur :	Opposition dirigée contre :
TROS	LA TROIS

Comparaison visuelle

39. Le droit invoqué est une marque verbale constituée d'un mot de quatre lettres, « TROS ».

40. Le signe contesté est également une marque verbale, constituée de deux mots, comprenant respectivement deux et cinq lettres, à savoir « LA » et « TROIS ».

41. Dans le cas de marques verbales, la première partie est en général celle qui attire principalement l'attention du consommateur. Toutefois, il convient de tenir compte des circonstances spécifiques de l'espèce. Dans ce cas précis, les trois premières lettres du droit invoqué sont reprises à l'identique dans le deuxième élément verbal du signe contesté. Néanmoins, cet élément ne se trouve pas au début de ce signe, mais est précédé de l'article « LA ». La dernière lettre des signes est également identique.

42. Vu la différence au début du signe, ainsi que la différence de longueur et de construction, l'Office constate que, sur le plan visuel, il est question de ressemblance limitée entre les signes.

Comparaison phonétique

43. La marque invoquée se compose d'une seule syllabe, le signe contesté de deux syllabes.

44. La marque sera prononcée comme [trɔs] et le signe comme [la/trwa]. Seul le son des deux premières lettres de la marque, qui sont reprises au début de la deuxième syllabe du signe, sont identiques. Le début du signe contesté et sa sonorité finale sont complètement différents.

45. L'Office est d'avis que sur le plan phonétique, les signes ne se ressemblent pas.

Comparaison conceptuelle

46. La marque invoquée est un mot néerlandais, signifiant « *grappe => bouquet, trochet, un régime ; câble, une aussière, amarre* »¹. Dans le dictionnaire Van Dale² est également repris l'explication de l'abréviation TROS comme « *Televisie- en Radio-omroepstichting* », se référant à l'opposant comme société publique de radiodiffusion néerlandaise.

47. Le signe contesté est un chiffre français et son article.

48. La signification de la marque invoquée sera connue du public néerlandais, voire néerlandophone, mais il est peu probable que ceci soit le cas pour la partie francophone des consommateurs du Benelux.

49. Par ailleurs, la signification du signe contesté sera connue par tous les consommateurs du Benelux. En effet, toute personne au Benelux sait au moins compter jusqu'à trois en français.

50. Dès lors, il n'existe pas de ressemblance conceptuelle entre les deux marques.

Conclusion

51. Selon une jurisprudence constante, les ressemblances visuelles et phonétiques peuvent être neutralisées par des différences sémantiques séparant les marques en question. Une telle neutralisation requiert qu'au moins une des marques en cause ait, dans la perspective du public pertinent, une signification claire et déterminée, de sorte que ce public est susceptible de la saisir immédiatement. Cette analyse n'est pas infirmée par le fait que ce signe verbal ne désigne aucune caractéristique des produits pour lesquels l'enregistrement de cette marque a été effectué. En effet, cette circonstance n'empêche pas le public pertinent de saisir immédiatement la signification de cet élément verbal. Il suffit qu'une des marques en cause soit dotée d'une telle signification pour que, lorsque l'autre marque n'a pas une telle signification ou a seulement une signification entièrement différente, des similitudes visuelles et phonétiques existant entre ces marques soient neutralisées dans une large mesure (CJCE, Picasso-Picaro, C-361/04 P, 12 janvier 2006; SIR-ZIRH, C-206/04, 23 mars 2006; TPI, IKEA-IDEA, T-112/06, 16 janvier 2008). Tel que déjà envisagé, le signe contesté a une signification claire et déterminée.

52. Au niveau visuel, les signes se ressemblent de manière limitée. Sur les plans phonétique et conceptuel, les signes ne se ressemblent pas. La ressemblance visuelle limitée est de plus neutralisée par la signification claire et déterminée du signe contesté. L'impression d'ensemble est donc que les signes ne se ressemblent pas.

Comparaison des produits et services

53. Etant donné que l'Office conclut à l'absence de ressemblance entre les signes, il ne procédera pas – pour des raisons d'économie procédurale – à une comparaison des produits. En effet, la ressemblance entre les signes et la similitude entre les produits sont toutes deux exigées pour

¹ Voir Van Dale Nederlands-Frans, 2^{ième} édition

² Van Dale Groot Woordenboek van de Nederlandse Taal, 14^{ième} édition.

pouvoir constater un risque de confusion, ce vu les termes de l'article 2.3, sous b, CBPI. Vu l'absence de ressemblance entre les signes, il ne peut pas exister de risque de confusion dans l'esprit du public.

54. A titre d'information, la liste des produits et services des droits invoqués, ainsi que celle du signé contesté, sont reprises ci-dessous.

Opposition basée sur :	Opposition dirigée contre :
KI 28 Spellen en speelgoederen. <i>CI 28 Jeux et jouets.</i>	CI 28 Jeux et jouets.
KI 38 Uitzenden van radio- en televisieprogramma's. <i>CI 38 Emission de programmes radiophoniques et télévisés.</i>	CI 38 Télécommunications notamment diffusion de programmes radiophoniques et de télévision, télévision par câbles, transmission par satellite.
KI 41 Uitvoeren, regisseren en samenstellen van radio- en televisieprogramma's. <i>CI 41 Exécution, régie et composition de programmes radiophoniques et télévisés.</i>	CI 41 Education; formation; divertissement notamment divertissements radiophoniques et télévisés, organisation de concours (éducation et divertissement); montage de programmes radiophoniques et de télévision, production de films, location de films cinématographiques, montage et location de bandes vidéo; production de spectacles, représentation de spectacles, services de studios d'enregistrement, reportages photographiques; activités culturelles et sportives.
<i>N.B. La classification de cet enregistrement est en Néerlandais. Afin de rendre cette décision plus lisible, la liste des produits et services a été traduite.</i>	

A.2. Preuves d'usage

55. En application des articles 2.16, alinéa 3, sous a, et 2.26, alinéa 2, sous a, CBPI, ainsi que la règle 1.29 du Règlement d'exécution (ci-après: « RE »), un usage normal de la marque invoquée doit être fait sur le territoire Benelux durant une période de cinq ans qui précède la date de publication du dépôt contre lequel l'opposition est dirigée.

56. Vu que les signes ne se ressemblent pas, l'Office ne procédera pas – pour des raisons d'économie procédurale – à l'examen des preuves d'usage introduites par l'opposant. En effet, dès lors qu'il n'y a pas de risque de confusion vu l'absence de ressemblance des signes, l'examen de l'usage des marques invoquées ne s'impose pas dans le cadre de la présente opposition.

A.3. Autres facteurs pertinents

57. La renommée d'une marque (voir supra, 20), lorsqu'elle est démontrée, est un élément qui, parmi d'autres, peut revêtir une importance certaine. En ce sens, il peut être observé que les marques

qui ont un caractère distinctif élevé, notamment en raison de leur renommée, jouissent d'une protection plus étendue que celles dont le caractère distinctif est moindre (arrêt Canon, précité). Néanmoins, la renommée d'une marque ne permet pas de présumer l'existence d'un risque de confusion du seul fait de l'existence d'un risque d'association au sens strict (voir CJCE, Marca Mode, C-425/98, 22 juin 2000). En l'espèce, vu que les signes ne se ressemblent pas dans leur impression d'ensemble, une éventuelle renommée de la marque ne permettrait donc pas de conclure à un risque de confusion.

B. Conclusion

58. Les signes se ressemblent visuellement de manière limitée et ne se ressemblent auditivement et conceptuellement pas. La ressemblance visuelle limitée se voit de plus neutralisée par la signification claire et déterminée du signe contesté. Le degré de ressemblance entre les signes en cause est trop faible pour considérer que le public pertinent puisse croire que les produits et services concernés proviennent de la même entreprise ou, le cas échéant, d'entreprises liées économiquement

IV. CONSÉQUENCE

59. L'opposition portant le numéro 2000737 n'est pas justifiée.

60. Le dépôt Benelux numéro 1118617 est enregistré.

61. L'opposition n'étant pas justifiée, l'opposant est redevable d'un montant de 1.000 euros au bénéfice du défendeur en vertu de l'article 2.16, alinéa 5, CBPI et de la règle 1.32, alinéa 3, du règlement d'exécution. La présente décision forme titre exécutoire en vertu de l'article 2.16, alinéa 5, CBPI.

La Haye, le 16 octobre 2009

Diter Wuytens
(*rapporteur*)

Hugues Derème

Pieter Veeze

Agent chargé du suivi administratif : Willy Neys