



**OFFICE BENELUX DE LA PROPRIETE INTELLECTUELLE**

**DECISION en matière d'OPPOSITION**

**du 26 juin 2009**

**N° 2001426**

**Opposant:** **DUTEXDOR (Société par Actions Simplifiée)**  
15, Avenue du Parc l'Horloge  
59840 Perenchies  
France

**Mandataire:** **Bureau Gevers SA-NV**  
Holidaystraat 5  
1831 Diegem  
Belgique

**Marque invoquée:** TWINDAY (enregistrement communautaire 3053295)

*contre*

**Défendeur:** **VAN BOVEN Eric**  
Avenue du Prinse Héritier 46  
1200 Bruxelles  
Belgique

**Mandataire:** **In Casu**  
M<sup>e</sup> Jean-Christophe Lardinois  
Rue Gachard 88 bte 8  
1050 Bruxelles  
Belgique

**Marque contestée:** TWIN SPORT (dépôt Benelux 92617)

## **I. FAITS ET PROCEDURE**

### **A. Faits**

1. Le 12 février 2007, le défendeur a introduit un dépôt Benelux de la marque verbale TWIN SPORT pour distinguer des produits et services en classes 25, 28 et 35. Ce dépôt a été mis en examen sous le numéro 92617. Le dépôt a été publié le 15 février 2007.
2. Le 30 avril 2007, l'opposant a introduit une opposition contre l'enregistrement de ce dépôt. L'opposition est basée sur l'enregistrement communautaire antérieur de la marque verbale TWINDAY, déposée le 7 février 2003 et enregistrée le 8 février 2005 pour des produits en classe 25.
3. Lors de l'introduction de l'opposition, le titulaire de la marque invoquée était DUTEXDOR-BPA, Société à responsabilité Limitée, situé à la même adresse que le présent titulaire. Vu que l'Office Benelux de la Propriété intellectuelle (ci-après « l'Office ») n'a reçu aucune communication que le nouveau titulaire ne souhaite plus continuer avec la présente opposition, ce nouveau titulaire remplace l'ancien en tant qu'opposant.
4. L'opposition est introduite contre tous les produits en classe 25 du signe contesté et est basée sur tous les produits revendus par la marque invoquée.
5. Les motifs de l'opposition sont ceux consignés à l'article 2.14, alinéa 1<sup>er</sup>, 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'opposition a été notifiée aux parties le 14 mai 2007. Dans cette notification, l'Office a informé les parties qu'une autre opposition a été introduite contre le dépôt de la marque verbale TWIN SPORT, en date du 26 avril 2007. L'Office a informé les parties que le traitement d'aucune des deux oppositions ne serait reporté.
8. La phase contradictoire de la procédure a débuté le 15 juillet 2007. Le 20 juillet 2007, l'Office a adressé aux parties un avis concernant le début de la procédure, un délai de deux mois étant imparti à l'opposant pour introduire des arguments étayant l'opposition.
9. Le 19 juillet 2007, les parties ont demandé la suspension de la procédure. Cette suspension a été confirmée par l'Office en date du 23 août 2007. Cette suspension avait comme conséquence que le délai de l'opposant pour l'introduction de ses arguments a été prolongé jusqu'au 20 novembre 2007 inclus.
10. Le 20 septembre 2007, le cabinet IN CASU s'est constitué mandataire du défendeur. Dans ce même courrier, il relève quelques points concernant le fond de l'opposition. Etant donné que les

arguments du défendeur ne pouvaient pas encore être introduits, ces éléments n'ont pas été transmis à l'opposant. Ces éléments ne seront pas pris en compte lors de l'appréciation de la présente opposition.

11. Le 20 novembre 2007, l'opposant a introduit les arguments étayant l'opposition. Ceux-ci ont été envoyés par l'Office au défendeur le 23 novembre 2007, un délai de deux mois étant imparti à ce dernier pour y répondre.

12. Le défendeur n'a plus réagi; toutefois l'Office procédera à la prise d'une décision, vu que, selon la CBPI, la constitution d'un mandataire ainsi que la demande conjointe de suspension constituent une réaction.

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

## **II. MOYENS DES PARTIES**

14. L'opposant a introduit, en application de l'article 2.14, alinéa 1<sup>er</sup>, 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 et services en question.

### **A. Arguments de l'opposant**

15. L'opposant estime qu'il existe une identité, sinon une très forte similitude, entre les produits désignés sous le dépôt contesté et les produits couverts par la marque antérieure.

16. Sur le plan visuel, les signes sont fortement similaires en longueur, et en représentation graphique de par la reprise à l'identique des quatre premières lettres. Selon l'opposant, la seule différence visuelle en fin de signe n'est pas de nature à atténuer la forte ressemblance visuelle entre les signes.

17. Sur le plan phonétique, les marques se déclinent en deux syllabes. Les marques ont en commun une syllabe identique TWIN sur les deux, et qui consiste en outre en la première syllabe de chaque signe. Dès lors, l'opposant estime qu'il existe une forte ressemblance phonétique entre les signes.

18. De par la reprise à l'identique de l'élément TWIN dans les deux signes, l'opposant considère que pour les consommateurs Benelux ayant une maîtrise de l'anglais, les signes seront fortement similaires sur le plan conceptuel. L'ajout de l'élément DAY et de l'élément descriptif SPORT n'est pas selon lui de nature à écarter cette similitude. En revanche, pour les consommateurs Benelux n'ayant aucune connaissance de l'anglais, les signes n'auront pas de signification particulière.

19. L'opposant estime que la marque antérieure a un caractère distinctif normal, voire élevée. En ce qui concerne le signe contesté, il estime que l'élément TWIN sera considéré comme l'élément distinctif et dominant, vu que l'élément SPORT sera perçu par le public pertinent comme une description d'une caractéristique des produits visés.

20. L'attention du public est selon l'opposant d'un niveau moyen et les canaux de distribution sont identiques, sinon fortement similaires.

21. Compte tenu de ce qui précède, l'opposant estime qu'il existe un risque de confusion. Il demande dès lors de rejeter le dépôt Benelux 92617 pour tous les produits en classe 25.

## **B. Réaction du défendeur**

22. Comme mentionné ci-dessus, le défendeur n'a pas réagi aux arguments de l'opposant (voir supra, point 12).

## **III. DECISION**

### **A.1. Risque de confusion**

23. Conformément à l'article 2.14, paragraphe 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 sa marque, conformément aux dispositions de l'article 2.3, sous a et b CBPI.

24. 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”.*

25. Selon la jurisprudence constante 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, 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**

26. 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).

27. 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.

28. Les signes à comparer sont les suivants:

Opposition basée sur:	Opposition dirigée contre:
<b>TWINDAY</b>	<b>TWIN SPORT</b>

*Comparaison conceptuelle*

29. Tout d'abord, il convient de relever que, si le consommateur moyen perçoit normalement une marque comme un tout et ne se livre pas à un examen de ses différents détails (arrêt Lloyd Schuhfabrik Meyer, précité), il n'en reste pas moins que, en percevant un signe verbal, il décomposera celui-ci en des éléments verbaux qui, pour lui, suggèrent une signification concrète ou qui ressemblent à des mots qu'il connaît (voir en ce sens arrêts TPI, Vitakraft, T-356/02 du 6 octobre 2004; Respicur, T-256/04 du 13 février 2007 et Galvalloy, T-189/05 du 14 février 2008). Dans le cas d'espèce, la marque invoquée consiste de deux mots anglais, à savoir TWIN (pour jumeaux) et DAY (pour jour). Ces deux mots sont des mots courants, connus par le public Benelux.

30. Le signe contesté consiste de deux mots, TWIN et SPORT.

31. En général, le public ne considérera pas un élément descriptif comme l'élément distinctif et dominant d'un signe (voir arrêts TPI, Budmen, 3 juillet 2003, T-129/01; NLSPORT, NLJEANS, NLACTION et NLCollection, 6 octobre 2004, T-117/03 à T-119/03 et T-171/03; Biker Miles, 7 juillet 2005, T-385/03). L'élément SPORT, dans le signe contesté, est descriptif par rapport aux produits revendiqués et ne dispose donc que d'un pouvoir distinctif limité; le mot TWIN n'a quant à lui pas de caractère descriptif. Ainsi, l'élément TWIN doit être considéré comme l'élément dominant du signe contesté.

32. Vu que les signes en question font tous les deux référence au mot jumeaux, l'Office est d'avis qu'il existe une certaine ressemblance entre les signes.

*Comparaison visuelle*

33. Le droit invoqué est une marque verbale constituée d'un mot de sept lettres, TWINDAY.

34. Le signe contre lequel l'opposition est introduite est une marque verbale, constituée de deux mots, comprenant respectivement quatre et cinq lettres, à savoir « TWIN » et « SPORT ».

35. 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 est « TWIN ». Comme remarqué

ci-dessus (voir point 31), l'élément « SPORT » est descriptif et ne dispose que d'un pouvoir distinctif limité. Les quatre premières lettres de la marque sont reprises à l'identique dans le signe contesté.

36. L'Office constate dès lors que, sur le plan visuel, il existe une certaine ressemblance entre les signes.

*Comparaison phonétique*

37. La marque invoquée consiste d'un mot de deux syllabes. Le signe contesté est constitué de deux mots, mais en totalité aussi de deux syllabes. La prononciation de la première partie (la première syllabe) est identique, à savoir [ˈtwin]. Comme soulevé ci-dessus, dans le cas de marques verbales, la première partie est en général la partie qui attire principalement l'attention du consommateur (voir TPI, arrêt Mundicor, 184/02, 17 mars 2004).

38. Lorsque le public prononce le mot « SPORT », il le prononce selon les règles de la langue maternelle du consommateur, ou encore suivant une prononciation relevant de la langue anglaise.

39. L'Office est d'avis que sur le plan phonétique, il existe une certaine ressemblance entre les signes.

*Conclusion*

40. Tant au niveau visuel qu'au niveau phonétique et conceptuel, il existe une certaine ressemblance entre les signes en cause.

**Comparaison des produits**

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

42. Lors de la comparaison des produits du droit invoqué aux produits contre lesquels l'opposition est dirigée, sont pris en considération les produits tels que formulés au registre, ou encore tels qu'indiqués dans la demande de marque.

<b>Opposition basée sur:</b>	<b>Opposition dirigée contre:</b>
CI 25 Vêtements (habillement), bonneterie, chaussettes, lingerie, chaussures (à l'exception des chaussures orthopédiques); chapellerie.	CI 25 Vêtements, chaussures, chapellerie.

43. Les produits en classe 25 du dépôt contesté relèvent *expressis verbis* des produits en classe 25 du droit invoqué et sont dès lors identiques. En ce qui concerne les chaussures, qui sont définies de manière plus large dans le dépôt que dans l'enregistrement, il y a lieu de relever que les chaussures

orthopédiques ont peut être une fonction supplémentaire, mais qu'elles restent néanmoins des chaussures.

44. Les produits en classe 25 des signes en cause sont identiques, voire fortement similaires.

#### **A.2. Autres facteurs pertinents**

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

46. 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).

47. 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 constitué de consommateurs moyens. Les produits sont destinés à un public très large. Pour l'appréciation de la présente opposition, l'Office prendra donc en considération un public d'un niveau d'attention moyen.

48. 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 (voir arrêt Canon, déjà cité). Etant donné qu'il s'agit d'un mot non descriptif pour les produits en question, la marque invoquée dispose d'un caractère distinctif normal.

#### **B. Conclusion**

49. Sur le plan visuel, phonétique ainsi que conceptuel, il existe une certaine ressemblance entre les signes. L'Office est d'avis que l'impression d'ensemble est suffisamment ressemblante pour que le public puisse croire que les produits proviennent de la même entreprise ou d'entreprises économiquement liées et qu'il existe dès lors un risque de confusion.

#### **IV. CONSÉQUENCE**

50. L'opposition est justifiée.

*Par ces motifs, l'Office décide que*

51. L'opposition portant le numéro 2001426 est fondée.

52. Le dépôt Benelux 92617 n'est pas enregistré pour tous les produits en classe 25, contre lesquels l'opposant a été dirigée.

53. 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 26 juin 2009

Diter Wuytens  
(*rapporteur*)

Camille Janssen

Pieter Veeze

Agent chargé du suivi administratif: Willy Neys