

OFFICE BENELUX DE LA PROPRIETE INTELLECTUELLE

DECISION en matière d'OPPOSITION

du 26 juin 2009

N° 2002224

Opposant: **Georgia-Pacific S.à.r.l.**

25 route d'Esch
1470 Luxembourg
Luxembourg

Mandataire: **NautaDutilh**

Chaussée de la Hulpe 177/6
1170 Bruxelles
Belgique

Droit invoqué 1: OKAY (enregistrement Benelux 546464)

Droit invoqué 2: OKAY (enregistrement international 395592 A)



Droit invoqué 3:  (enregistrement Benelux 712768)

contre

Défendeur: **MIP METRO Group Intellectual Property GmbH & Co. KG**

Metro-Strasse 1
40235 Düsseldorf
Allemagne

Mandataire: **Novagraaf Nederland BV**

Postbus 22722
1100 DE Amsterdam
Pays-Bas



Marque contestée:  (dépôt international 929733)

I. FAITS ET PROCEDURE

A. Faits

1. Le 19 juin 2006, le défendeur a introduit un dépôt international en désignant entre autres le Benelux, pour distinguer des produits en classes 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 11, 12, 13, 14, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 24, 25, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33 et 34, de la marque semi-figurative:



Le dépôt international a été mis à l'examen sous le numéro 929733 et a été publié le 6 septembre 2007 dans la Gazette OMPI des marques internationales 2007/31.

2. Le 30 novembre 2007, l'opposant a introduit une opposition contre l'enregistrement de ce dépôt. L'opposition est basée sur les marques antérieures suivantes:

- enregistrement Benelux no. 546464, déposé le 31 mars 1994 pour des produits en classe 16 de la marque verbale OKAY ;
- enregistrement international no. 395592 A, déposé le 23 janvier 1973 pour des produits en classes 5, 6, 16, 17, 21 et 24 de la marque verbale OKAY ;
- enregistrement Benelux no. 712768, déposé le 22 février 2002 pour des produits en classes 16 et 21 de la marque semi-figurative :



3. L'opposant est le titulaire des enregistrements invoqués, comme le font apparaître les registres.

4. L'opposition est introduite contre certains produits en classes 16, 21 et 24 du signe contesté et est basée sur certains produits en classes 16, 21 et 24 des marques invoquées.

5. Les motifs de l'opposition sont ceux consignés à l'article 2.14, alinéa 1er, sous a et l'article 2.18 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 5 décembre 2007.

8. La phase contradictoire de la procédure a débuté le 6 février 2008. En date du 13 février 2008, l'Office Benelux de la propriété intellectuelle (ci-après « l'Office ») a adressé aux parties une communication concernant le début de la procédure, un délai jusqu'au 13 avril 2008 étant imparti à l'opposant pour introduire des arguments en support de son opposition.

9. Le 11 avril 2008, l'opposant a introduit des arguments et pièces. Ceux-ci ont été envoyés par l'Office au défendeur le 16 avril 2008, un délai de deux mois étant imparti à ce dernier pour y répondre.

10. Le 21 avril 2008, l'opposant a contesté le contenu du courrier de l'Office adressé au défendeur, vu qu'il stipulait que ce dernier pouvait encore demander des preuves d'usage des marques invoquées. Le 27 juin 2008, l'Office a répondu à l'opposant que l'introduction de pièces, nommées preuves d'usage, avec les arguments n'a pas comme conséquence que le défendeur perde la possibilité de demander des preuves d'usage (supplémentaires).

11. En date du 12 juin 2008, le défendeur a constitué comme mandataire Novagraaf Nederland BV. Dans ce même courrier le défendeur a demandé des preuves d'usage.

12. Le 4 juillet 2008, l'opposant a réagi au courrier de l'Office du 27 juin 2008 en stipulant que toutes les preuves d'usage avaient été fournies.

13. En date du 10 juillet 2008, l'Office a informé les parties du fait que le défendeur avait demandé des preuves d'usage, mais compte tenu des courriers de l'opposant, elles ont immédiatement été informé qu'aucune pièce complémentaire ne serait fournie. Dès lors, un délai de deux mois, à savoir jusqu'au 10 septembre 2008 inclus a été accordé au défendeur pour réagir aux arguments et preuves introduits par l'opposant.

14. Le 8 septembre 2008, le défendeur a réagi aux arguments et pièces. Cette réaction a été envoyée à l'opposant en date du 23 octobre 2008.

15. Chaque partie a introduit ses observations dans les délais fixés par l'Office.

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

II. MOYENS DES PARTIES

17. L'opposant a introduit, en application de l'article 2.18 et 2.14, alinéa 1^{er}, sous a CBPI, une opposition auprès de l'Office, conformément aux dispositions de l'article 2.3, sous a et b CBPI: marques identiques pour des produits et services identiques et 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, ainsi qu'en application de l'article 2.14, alinéa 1^{er}, sous b CBPI.

A. Arguments de l'opposant

18. L'opposant estime que le public pertinent est le consommateur moyen. Comme il s'agit de produits d'utilisation courante, généralement vendus en grandes surfaces, l'attention du consommateur est peu élevée pour ces produits. Ceci influence, selon lui, l'image non parfaite qu'il garde en mémoire et accroît le risque de confusion.

19. L'opposant se base sur l'article 2.3, sous a CBPI, vu qu'il est d'avis qu'il existe une identité auditive et conceptuelle, ainsi qu'une quasi-identité visuelle entre les signes et que certains produits sont identiques. Selon l'opposant, la très légère différence (visuelle uniquement) est tellement insignifiante que, compte tenu du faible degré d'attention du consommateur moyen, elle passera inaperçue à ses yeux.

20. En outre, l'opposant se base sur l'article 2.3, sous b CBPI. Il est d'avis qu'*a fortiori* les signes doivent être considérés comme très ressemblants. Pour les produits qui ne sont pas identiques, il existe un très haut degré de similitude. Ceci renforce le risque de confusion.

21. L'opposant souligne que la marque antérieure OKAY est particulièrement forte pour les produits en classes 16, 21 et 24. De plus, la marque est une vieille marque qui est utilisée de manière intensive depuis des années. L'opposant soumet des preuves d'usage des cinq dernières années et se réfère à une étude qui a démontré la part de marché de la marque qui s'élève approximativement à 14%. Selon l'opposant, OKAY est, hormis les *private labels*, la marque leader en Belgique et au Luxembourg. L'opposant soumet à cet égard des chiffres d'affaires de 2003 à 2007 pour ces deux pays.

22. L'opposant invoque que ses produits sont vendus par des chaînes de magasins de premier plan et des dizaines de milliers de consommateurs sont donc quotidiennement confrontés à ces marques. L'opposant soumet aussi des sommes d'investissement médiatiques pour les produits de la marque OKAY au cours des années 2003-2007. Après une étude effectuée par INRA Belgium en 2002, presque une personne sur deux affirme connaître la marque OKAY.

23. L'opposant conclut que l'usage pour des produits identiques ou très similaires d'un signe identique voire hautement similaire entraîne un risque de confusion dans le chef du consommateur moyen. Ce simple risque suffit pour accueillir l'opposition dans son intégralité et refuser l'enregistrement pour les produits visés. L'opposant demande aussi de condamner le défendeur au paiement de la somme de 1000 euros, conformément à l'article 2.21, 1 CBPI.

B. Réaction du défendeur

24. Par rapport aux preuves d'usage, le défendeur estime que les preuves d'usage introduites par l'opposant ne démontrent pas suffisamment que la marque OKAY a été utilisée durant la période pertinente sur le territoire Benelux. Si l'Office était d'avis que les preuves sont malgré tout suffisantes, le défendeur souligne qu'elles ne font que référence au produit « essuie-tout ».

25. Le défendeur conteste l'application de l'article 2.3, sous a CBPI, vu que les différences entre les signes ne sont pas si insignifiantes. Selon lui, il n'est donc pas question d'identité entre les signes.

26. En application de l'article 2.3, sous b CBPI, le défendeur attire l'attention sur le fait qu'il faut tenir compte des éléments dominants et distinctifs. Selon lui, les éléments verbaux OKAY et O.K. font clairement référence à la qualité « bon » et sont donc, en vue de leur caractère descriptif, d'une moindre importance lors de l'appréciation globale des signes. Il estime que les signes ne se ressemblent pas suffisamment pour qu'il y ait un risque de confusion. Le défendeur fait encore référence aux maints enregistrements comprenant l'élément OKAY ou OK pour des produits en classes 16, 21 et 24.

27. En ce qui concerne la comparaison des produits, le défendeur fait référence à ce qu'il a déjà soulevé par rapport aux preuves d'usage (voir point 24). Au cas où, l'Office estimerait qu'un usage sérieux a été démontré, ceci n'est que pour des essuie-tout. Selon le défendeur, il n'est pas question de produits identiques et les produits en classes 21 et 24 ne sont pas similaires non plus.

28. Le défendeur sollicite que l'Office déclare l'opposition non fondée, accepte le dépôt contesté à l'enregistrement et que l'opposant supporte les frais de l'opposant.

III. DÉCISION

A. Preuves d'usage

29. Conformément aux dispositions de l'article 2.16, alinéa 3, sous a CBPI et l'article 2.26, alinéa 2, sous a CBPI, la marque doit faire l'objet d'un usage normal sur le territoire Benelux pour les produits et services pour lesquels la marque est enregistrée pendant une période ininterrompue de cinq années précédant la date de publication du dépôt contre lequel l'opposition est dirigée.

30. Conformément à la règle 1.29, alinéa 2 RE, 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.

31. Le dépôt international contesté a été publié le 6 septembre 2007. La période d'usage pertinente court donc du 6 septembre 2002 au 6 septembre 2007.

32. Contrairement à ce que le défendeur prétend, pour l'appréciation de la présente opposition, la troisième marque invoquée n'est pas sous l'obligation d'usage. En effet, la loi uniforme Benelux sur les marques ne contenait pas de règles explicites relatives à la fixation de la date d'enregistrement en tant que date de départ de l'obligation d'usage. Toutefois, suite à la première directive, ainsi qu'à l'arrêt de la CJCE (arrêt Häupl, C-246/05, 14 juin 2007) « *la «date à laquelle la procédure d'enregistrement est terminée», au sens de l'article 10, paragraphe 1, de la première directive 89/104/CEE du Conseil, du 21 décembre 1988, rapprochant les législations des États membres sur les marques, doit être déterminée dans chaque État membre en fonction des règles de procédure en matière d'enregistrement en vigueur dans cet État* ». En application de cette règle et donc les règles de procédure en vigueur au Benelux, il

s'avère dans ce cas précis que la date d'enregistrement de la marque concernée est le 17 octobre 2002.

33. L'Office appréciera d'abord s'il existe un risque de confusion entre cette troisième marque (semi-figurative) invoquée et le dépôt contesté, avant de traiter les preuves d'usage relatives aux marques verbales invoquées.

B. Risque de confusion

34. 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.

35. 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"*.

36. 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

37. 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).

38. 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.

39. L'Office procédera d'abord à la comparaison de la marque figurative enregistrée avec le signe du défendeur.

40. Les signes à comparer sont les suivants:

Opposition basée sur:	Opposition dirigée contre:
	

41. L'opposant se base sur l'article 2.3, sous a CBPI, vu qu'il est d'avis que les signes sont identiques. L'Office ne partage pas cet avis. En effet, comme soulevé à juste titre par l'opposant, la Cour de Justice a jugé « *qu'un signe est identique à la marque lorsqu'il reproduit, sans modification ni ajout, tous les éléments constituant la marque ou lorsque, considéré dans son ensemble, il recèle des différences si insignifiantes qu'elles peuvent passer inaperçues aux yeux d'un consommateur moyen* » (CJCE, Arthur et Félicie, C-291/00, 20 mars 2003). Dans le cas précis, l'Office est d'avis que les différences ne sont pas si insignifiantes qu'elles passeront inaperçues aux yeux du consommateur moyen. L'Office basera son appréciation donc sur l'article 2.3, sous b CBPI, à savoir un éventuel risque de confusion.

Comparaison conceptuelle

42. Le terme « O.K. » est l'abréviation du mot anglais « okay ». Ces deux termes ont donc la même signification, à savoir « d'accord ; bien ».

43. En général, le public ne considérera pas un élément descriptif faisant partie d'une marque complexe comme l'élément distinctif et dominant de l'impression d'ensemble produite par celle-ci (voir TPI, arrêt BUDMEN, T-129/01, 3 juillet 2003 et arrêt Echinaid, T-202/04, 5 avril 2006). La deuxième signification des éléments verbaux, est une signification élogieuse. Cependant, un éventuel caractère distinctif faible d'un élément d'une marque complexe n'implique pas nécessairement que celui-ci ne saurait constituer un élément dominant, dès lors que, en raison, notamment, de sa position dans le signe ou de sa dimension, il est susceptible de s'imposer à la perception du consommateur et d'être gardé en mémoire par celui-ci (voir TPI, Représentation d'une peau de vache, T-153/03, 13 juin 2006; voir également, en ce sens, arrêt du Tribunal du 13 juillet 2004, AVEX/OHMI – Ahlers (a), T-115/02 et arrêt Pagesjaunes.com, T-134/06, 13 décembre 2007).

44. Sur le plan conceptuel, les signes sont identiques.

Comparaison visuelle

45. Le droit invoqué est une marque semi-figurative qui consiste en un mot « Okay » écrit en rouge sur un fond bleu en forme de goutte. A droite se trouve une ligne jaune qui continue avec un trait bleu et le rouge de la lettre « y » du haut à droite vers le bas à gauche. La lettre « O » attire l'attention vu qu'elle est écrite en plus gras et en italique. Les lettres sont entourées d'une ligne.

46. Le signe contesté est également une marque semi-figurative. Elle consiste en un élément verbal « o.k. » écrit en jaune au milieu d'un fond rectangulaire bleu. La lettre « O » est également écrite en gras, la lettre « k », ainsi que les points sont en gras, mais entourés d'une ligne. En bas se trouve une flèche rouge, qui se termine en bas à gauche.

47. Bien qu'il existe une différence dans la longueur des éléments verbaux, l'Office estime néanmoins que les signes créent une impression d'ensemble ressemblante, vu l'identité des deux premières lettres des signes, l'utilisation des mêmes couleurs, ainsi que plusieurs éléments de style.

Comparaison phonétique

48. Les éléments verbaux des signes seront prononcés soit de la même façon, soit de manière quasi identique par le public pertinent. En effet, la prononciation du terme O.K. en langue néerlandaise est [ookee] et en langue française [ɔke ; ɔkɛ]¹. La marque invoquée sera prononcée de la même manière, soit selon les règles linguistiques anglaises, à savoir [ɔ-'kɑ̃]².

49. Sur le plan auditif, les signes sont identiques, voire fortement similaires.

Conclusion

50. Sur le plan visuel, l'Office estime que les signes créent une impression d'ensemble ressemblante. Au niveau conceptuel, les signes sont identiques et au niveau auditif, les signes sont identiques, voire fortement similaires. Dès lors, les signes sont fortement ressemblants.

Comparaison des produits

51. 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).

Opposition basée sur:	Opposition dirigée contre:
CI 16 Papier, rouleaux de papier à usage ménager, essuie-tout, essuie-mains en papier; papier hygiénique; mouchoirs en papiers; serviettes à démaquiller en papier; linge de table, à savoir serviettes, nappes, napperons, sets de table en papier; rouleaux de papier destinés à recouvrir des étagères, papier pour essuyage à usage industriel en format, en rouleaux ou en bobines; serviettes de toilette en papier; papier d'emballage en rouleaux ou en feuilles.	CI 16 Papier, carton, articles en carton et papier, compris dans cette classe, papier en continu.

¹ Voir: Le Petit Robert de la langue française, 2009.

² Voir: Merriam-Webster Online Dictionary.

<p>CI 21 Ustensiles et récipients pour le ménage ou la cuisine (ni en métaux précieux, ni en plaqué); matériel de nettoyage, éponges, chiffons, assiettes et gobelets en papier ou en matières plastiques, torchons en papier.</p>	<p>CI 21 Chiffons, essuie-meubles, ustensiles de nettoyage, éponges à usage ménager, laine d'effilochage pour le nettoyage, déchets de coton pour le nettoyage, chiffons à poussière, plumeaux et ramasse-poussières.</p>
	<p>CI 24 Linge de table, serviettes de table, nappes, serviettes de nettoyage du visage, sets de table en tissu, toile à vaisselle, torchons à vaisselle, essuie-verres, serviettes de table en tissu.</p>

Classe 16

52. Le produit « papier » se trouve à l'identique en classe 16 de la marque et du signe contesté.

53. Les autres produits en classes 16 sont identiques, voire fortement similaires aux produits en classe 16 de la marque invoquée. En effet, les produits « articles en papier, compris dans cette classe, papier en continu » sont tous des produits à base de papier, tout comme les produits de l'opposant. Les produits de l'opposant tombent sous la dénomination générale des produits du défendeur.

54. Les produits « carton, articles en carton, compris dans cette classe » sont fortement similaires aux produits en papier en classe 16 de l'opposant. Non seulement les produits de l'opposant consistent-ils aussi d'éléments en carton, comme par exemple les rouleaux de papier à usage ménager, il existe aussi un caractère concurrent entre ces produits. Au lieu d'utiliser des rouleaux de papier destinés à recouvrir des étagères, on pourrait aussi utiliser du carton ou des produits en carton.

Classe 21

55. Les produits en classe 21 du dépôt contesté sont identiques, voire fortement similaires aux produits en classe 21 de la marque invoquée. Les produits revendiqués par le dépôt sont tous des produits à usage ménager ou de nettoyage, comme les produits de l'opposant dans cette même classe.

56. Les chiffons sont repris à l'identique. Les chiffons à poussière sont des chiffons et il sont dès lors identiques à ces derniers. Les éponges à usage ménager sont identiques aux éponges de l'opposant. Les ustensiles de nettoyage sont identiques voir fortement similaires au matériel de nettoyage, vu qu'ils partagent la même destination et dans certains cas aussi la même nature. Les produits restants, à savoir « essuie-meubles, laine d'effilochage pour le nettoyage, déchets de coton pour le nettoyage, plumeaux et ramasse-poussières », sont tous des produits de nettoyage qui sont similaires aux produits de l'opposant destinés à nettoyer.

Classe 24

57. Les produits dont il est question en classe 24 sont similaires aux produits en classes 16 et 21 de l'opposant.

58. Les « linge de table, serviettes de table, nappes, sets de table en tissu, serviettes de table en tissu » sont similaires aux produits en classe 16 « linge de table, à savoir serviettes, nappes, napperons, sets de table en papier », vu qu'ils partagent la même destination et le même usage. Il existe en outre un caractère concurrentiel entre ces produits. Au lieu de choisir pour le produit en tissu, on pourrait choisir pour le même produit en papier. Les deux peuvent d'ailleurs aussi être utilisés ensemble, comme le font souvent les restaurants ou bistros.

59. Les « serviettes de nettoyage du visage » sont similaires aux produits « serviettes à démaquiller en papier » compris en classe 16 de la marque invoquée. En effet, ces deux produits peuvent être utilisés à démaquiller ou nettoyer le visage. Ces produits peuvent aussi être utilisés de manière consécutive quand on se lave.

60. Les produits « toile à vaisselle, torchons à vaisselle, essuie-verres » sont des produits de nettoyage qui partagent donc la même destination que le matériel de nettoyage et les éponges en classe 21. Ces produits peuvent être utilisés ensemble ou de manière consécutive pour nettoyer ces produits.

Conclusion

61. Les produits du signe contesté sont d'une part identiques et d'autre part (fortement) similaires.

C. Autres facteurs pertinents

62. 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.

63. 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, déjà cités).

64. 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 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, déjà cité). Les produits en question s'adressent à un public de professionnels, ainsi qu'aux particuliers. Il s'agit de produits qui sont utilisés de manière courante et qui ne demandent pas d'investissement. L'Office conclut dès lors que le niveau d'attention du public concerné sera d'un niveau moyen.

65. 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. Il ne saurait dès lors être exclu que la similitude conceptuelle découlant du fait que deux marques utilisent des images qui concordent dans leur contenu sémantique puisse créer un risque de confusion dans un cas où la marque antérieure possède un caractère distinctif particulier, soit intrinsèquement, soit grâce à la notoriété dont elle jouit

auprès du public (voir CJCE, arrêt Sabel, C-251/95, 11 novembre 1997). Le caractère distinctif de l'élément verbal de la marque invoquée n'est pas fort élevé, mais le caractère distinctif est toutefois suffisant pour qu'il puisse exister un risque de confusion.

D. Conclusion

66. Les signes se ressemblent fortement et les produits sont identiques, voire (fortement) similaires. Dès lors, l'Office conclut que le public peut croire que les produits proviennent de la même entreprise ou d'entreprise économiquement liées et qu'il existe donc un risque de confusion.

67. Etant donné que l'opposition a réussi sur base d'un des droits invoqués, il n'y a plus lieu de revenir sur l'éventuel caractère distinctif élevé suite à l'utilisation de la marque, ni sur les deux autres droits invoqués, ainsi que leurs preuves d'usage.

IV. CONSÉQUENCE

68. L'opposition est justifiée.

Par ces motifs, l'Office décide que

69. L'opposition portant le numéro 2002224 est fondée.

70. Le dépôt international no. 929733 est refusé pour les produits contre lesquels l'opposition a été dirigée, à savoir :

- Classe 16 : Papier, carton, articles en carton et papier, compris dans cette classe, papier en continu.
- Classe 21 : Chiffons, essuie-meubles, ustensiles de nettoyage, éponges à usage ménager, laine d'effilochage pour le nettoyage, déchets de coton pour le nettoyage, chiffons à poussière, plumeaux et ramasse-poussières.
- Classe 24 : Linge de table, serviettes de table, nappes, serviettes de nettoyage du visage, sets de table en tissu, toile à vaisselle, torchons à vaisselle, essuie-verres, serviettes de table en tissu.

71. Le dépôt international no. 929733 est accepté pour les produits non impactés par l'opposition.

72. 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)

Saskia Smits

Pieter Veeze

Agent chargé du suivi administratif: Françoise Dufrasne