



OFFICE BENELUX DE LA PROPRIETE INTELLECTUELLE

DECISION en matière d'OPPOSITION

N° 2002627

du 13 avril 2011

Opposant : **GUERLAIN SOCIETE ANONYME, Société anonyme**
Avenue des Champs-Élysées 68
75008 Paris
France

Mandataire : **Jean-Christophe TROUSSEL**
Avenue Louise 235 bte 1
1050 Bruxelles
Belgique

Droit invoqué 1 : **LES METEORITES**
(enregistrement Benelux 489687)

Droit invoqué 2 : **LES METEORITES**
(enregistrement international 567744)

Droit invoqué 3 : **LES METEORITES**
(enregistrement communautaire 497792)

contre

Défendeur : **LORIS AZZARO B.V.**
Strawinskylaan 3105
1077 ZX Amsterdam
Pays-Bas

Mandataire : **Zacco Netherlands B.V.**
Nachtwachtlaan 20
1058 EA Amsterdam
Pays-Bas

Marque contestée : **METEOR**
(enregistrement Benelux 836679)

I. FAITS ET PROCEDURE

A. Faits

1. Le 16 janvier 2008, le défendeur a procédé au dépôt Benelux de la marque verbale « METEOR » pour distinguer des produits en classe 3. Conformément à l'article 2.8, alinéa 2, de la Convention Benelux en matière de Propriété intellectuelle (ci-après : « CBPI »), le défendeur a requis l'enregistrement sans délai dudit dépôt (ci-après : « l'enregistrement accéléré »). Cet enregistrement accéléré a été mis à l'examen sous le numéro 836679 et a été publié le 17 janvier 2008.

2. Le 28 mars 2008, l'opposant a introduit une opposition contre l'enregistrement de cette marque. L'opposition est basée sur les droits antérieurs suivants :

- Enregistrement Benelux, numéro 489687, de la marque verbale « LES METEORITES » déposée le 3 décembre 1990 pour des produits en classe 3.
- Enregistrement international, numéro 567744, de la marque verbale « LES METEORITES » déposée le 11 avril 1991 pour des produits en classe 3.
- Enregistrement communautaire, numéro 497792, de la marque verbale « LES METEORITES » déposée le 25 mars 1997, et enregistrée le 9 septembre 1999 pour des produits en classe 3.

3. Il ressort des registres concernés que l'opposant est titulaire des droits invoqués.

4. L'opposition est introduite contre tous les produits du dépôt contesté et basée sur tous les produits revendiqués par les enregistrements antérieurs.

5. Les motifs de l'opposition sont ceux consignés à l'article 2.14, alinéa 1^{er}, sous a CBPI.

6. La langue de la procédure est le français.

B. Déroulement de la procédure

7. L'opposition est recevable. Le 2 avril 2008, l'Office Benelux de la Propriété intellectuelle (ci-après « l'Office ») a adressé aux parties la notification relative à la recevabilité de l'opposition.

8. Suite aux demandes conjointes successives des parties, la période de « cooling off » a été prolongée à plusieurs reprises. De ce fait, la phase contradictoire de la procédure a débuté le 3 octobre 2008. Le 8 octobre 2008, l'Office a adressé aux parties un avis relatif au début de la procédure, un délai jusqu'au 8 décembre 2008, étant imparti à l'opposant pour introduire ses arguments et pièces.

9. Le 18 novembre 2008, les parties ont conjointement demandé la suspension de la phase contentieuse de la procédure pour une nouvelle période de deux mois. Le 17 décembre 2008, l'Office a informé les parties de la suspension de la procédure. Les parties ont conjointement prolongé à plusieurs reprises la suspension de la procédure, la dernière requête ayant été introduite le 30 mars

2009. Le 1^{er} avril 2009, l'Office a adressé un avis aux parties les informant que l'opposant disposait d'un délai jusqu'au 8 juin 2009 pour introduire ses arguments et pièces.

10. Le 8 juin 2009, l'opposant a introduit ses arguments étayant l'opposition. Ceux-ci ont été envoyés par l'Office au défendeur le 18 juin 2009, un délai jusqu'au 18 août 2009 étant imparti à ce dernier pour y répondre.

11. Le 14 août 2009, le défendeur a réagi aux arguments de l'opposant et a requis l'introduction de preuves d'usage par l'opposant. Par courrier du 28 août 2009, l'Office a envoyé la réaction du défendeur à l'opposant en invitant ce dernier à déposer les preuves d'usage requises, au plus tard le 28 octobre 2009.

12. Le 28 octobre 2009, l'opposant a introduit des preuves d'usage et des arguments complémentaires. Le 3 novembre 2009, l'Office les a envoyés au défendeur en invitant ce dernier à réagir pour le 3 janvier 2010, au plus tard.

13. Le 28 décembre 2009, le défendeur a introduit sa réaction aux preuves d'usage produites par l'opposant. Celle-ci a été envoyée par l'Office à l'opposant en date du 13 janvier 2009.

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 des marques en question.

A. Argument de l'opposant

16. En ce qui concerne les produits, l'opposant estime que les *produits de parfumerie* du dépôt contesté sont identiques aux *parfums* du droit invoqué, mais également similaires aux *savons, huiles essentielles, lotions pour cheveux, dentifrices et poudres pour le maquillage* en raison de leur nature et de leur caractère complémentaire, mais également en raison de l'identité du public concerné et des canaux de distribution.

17. Concernant la comparaison visuelle et phonétique, l'opposant considère que l'article défini « LES » précédant le terme « METEORITES » ne doit pas être pris en considération en raison de l'autonomie propre qui doit être attachée au substantif « METEORITES ». L'opposant constate que les signes, qui partagent les six mêmes premières lettres, ne diffèrent que par le suffixe « -ITES » des droits invoqués. Il rappelle ensuite que le public pertinent attache généralement davantage d'importance à la première partie d'un signe et que le dépôt contesté est intégralement inclus dans les droits antérieurs. L'opposant conclut que les signes en question sont ressemblants sur les plans visuel et phonétique.

18. Conceptuellement, l'opposant estime que les signes en cause sont quasiment identiques : une météorite est « un fragment de corps céleste qui tombe sur la Terre ou sur un astre quelconque » ; un météore désigne « un phénomène lumineux qui résulte de l'entrée dans l'atmosphère terrestre d'un corps solide venant de l'espace ». Cette ressemblance conceptuelle, basée sur des références à l'univers et aux corps célestes, suffirait à neutraliser les petites différences aux niveaux visuel et phonétique.

19. Selon l'opposant, le niveau d'attention du public est d'un niveau moyen.

20. L'opposant considère que les marques « LES METEORITES » jouissent d'un caractère distinctif élevé du fait de leur renommée au Benelux, mais aussi, plus généralement, de leur renommée mondiale. L'opposant fournit à cet égard des pièces en soutien de cette affirmation et renvoie, en outre, à la jurisprudence européenne pour justifier du caractère probant de ces dernières.

21. En conclusion, l'opposant considère qu'il existe un risque de confusion entre les droits invoqués et le dépôt contesté. Il demande à l'Office de faire droit à l'opposition, de refuser l'enregistrement du signe contesté et de condamner le défendeur aux dépens de la procédure d'opposition.

22. A la requête du défendeur, l'opposant a introduit des preuves d'usage des droits invoqués. A cette occasion, l'opposant a également produit des arguments complémentaires laissant à l'Office le soin d'accepter ou d'écarter ces derniers par application de l'article 1.17, alinéa 1^{er}, sous g, du règlement d'exécution (ci-après « RE »).

B. Réaction du défendeur

23. Le défendeur a demandé que l'opposant fournisse des preuves d'usage des droits invoqués.

24. Après analyse, le défendeur estime que l'opposant n'a pas prouvé l'usage sérieux de ses marques au Benelux.

25. A cet égard, le défendeur considère que de nombreuses pièces sont postérieures à la période pertinente.

26. En ce qui concerne les autres preuves de l'opposant, le défendeur conteste tout d'abord la force probante des extraits de magazines dans lesquels des publicités pour les produits de l'opposant sont faites. En effet, les dates présumées de publication sont fournies par une agence privée ; l'opposant n'a pas inclus, comme il est d'usage, la première page de ces revues laquelle mentionne habituellement la date exacte de parution. En outre, la publication de ces revues ne prouveraient pas que les produits de l'opposant seraient effectivement vendus au Benelux. Enfin, seul le public francophone serait concerné, ce qui serait insuffisant pour prouver l'usage sérieux au Benelux.

27. Aucune des pièces produites ne fournirait d'informations sur l'importance de l'usage des marques antérieures, à l'exception de la déclaration du Président Directeur Général de l'opposant à laquelle une force probante relative doit être accordée, celle-ci étant établie *in tempore suspecto*.

28. Le défendeur conteste la valeur probante des visuels publicitaires produits par l'opposant en avançant que rien ne prouve que ces visuels auraient été utilisés au Benelux.

29. Le défendeur conteste qu'il ait été fait usage des termes « LES METEORITES » pour des produits en classe 3. Aucun emballage n'est fourni. Les représentations des produits ne comportent, au mieux, que la mention GUERLAIN. La seule utilisation des termes « LES METEORITES » serait le fait des éditeurs de revues et ce, dans un texte séparé présentant le produit.

30. Le défendeur conteste que l'usage du terme « METEORITES » puisse constituer un usage valable de l'enregistrement « LES METEORITES », la suppression du mot « LES » portant atteinte au caractère distinctif de la marque. L'impression globale produite par les signes « METEORITES » et « LES METEORITES » serait différente. Le défendeur cite à l'appui de son argumentation une décision de jurisprudence de l'OBPI et conteste la jurisprudence invoquée par l'opposant.

31. Au surplus, si l'Office devait considérer comme suffisantes les preuves d'usage du signe « LES METEORITES » fournies par l'opposant, le défendeur estime que l'usage des marques antérieures ne saurait être prouvé que pour une partie des produits couverts par ces enregistrements, à savoir, les *poudres pour le maquillage*.

32. En ce qui concerne la comparaison des produits, le défendeur conteste la similitude entre les *produits de parfumerie* en classe 3 du dépôt contesté et les *poudres de maquillage* des droits invoqués. Ces produits auraient une nature, une destination et un usage différents. Ils ne seraient, de plus, pas substituables l'un par l'autre et se vendraient séparément, sans jamais être associés.

33. En ce qui concerne la comparaison des signes, le défendeur relève que les marques sont respectivement composées de deux mots pour les droits antérieurs et d'un seul mot pour le dépôt contesté. Le fait que le signe contesté de cinq lettres est intégralement inclus dans les droits antérieurs de treize lettres ne permettrait pas de conclure à la ressemblance visuelle des signes, et ce principalement en raison de la différence de longueur entre les signes. Le défendeur renvoie à la jurisprudence de l'OBPI pour appuyer son argumentation. Enfin, le défendeur estime que la première partie des marques est celle qui attire le plus l'attention du consommateur, et donc en l'occurrence, le premier mot « LES ». Il conclut à l'absence de ressemblance visuelle entre les signes.

34. Sur le plan phonétique, les signes en cause contiennent respectivement cinq et trois syllabes. Le défendeur estime que les prononciations des marques sont différentes, principalement en raison des dernières syllabes « ITES » et « OR ». Il conclut à l'absence de ressemblance phonétique entre les signes en cause.

35. D'un point de vue conceptuel, le défendeur considère que les signes ont une signification différente. Les termes « METEORITES » et « METEOR » ne renverraient pas à des notions synonymes même si les deux phénomènes entretiennent un rapport avec l'astronomie. Le défendeur souligne également l'usage du singulier pour le dépôt contesté au contraire des droits invoqués, mis au pluriel. En conclusion, les marques seraient conceptuellement différentes.

36. Le défendeur est d'avis que le niveau d'attention du public pertinent est élevé étant donné la spécificité des produits et leur prix élevé.

37. Le défendeur conclut qu'au vu des différences entre les signes sur les plans visuel, phonétique et conceptuel, l'absence de similitude des produits et le niveau d'attention élevé du public, il n'y a pas de risque de confusion entre les signes pour les produits visés en classe 3.

38. Le défendeur demande à l'Office de rejeter l'opposition dans son intégralité et de condamner l'opposant aux dépens de la procédure.

III. DECISION

A. Preuves d'usage

39. En application de l'article 2.16, alinéa 3, sous a, CBPI et de l'article 2.26, alinéa 2, sous a CBPI, un usage normal de la marque doit être fait 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.

40. En vertu de l'article 1.29 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.

41. Le dépôt contesté a été publié le 17 janvier 2008. La période de cinq ans s'étend, dès lors, du 17 janvier 2003 au 17 janvier 2008. Etant donné que l'enregistrement des droits invoqués est antérieur au 17 janvier 2003, la demande de preuves d'usage est fondée.

Appréciation

42. L'opposant a communiqué les preuves d'usages reprises ci-dessous.

43. En ce qui concerne les extraits de magazines (pièces reprises sous les numéros 1 à 5), l'Office a mentionné leur titre, suivi de leur date ou mois de parution et, entre parenthèses, les sigles « FR » ou « NL » selon que la langue utilisée dans le magazine est le français ou le néerlandais. Ces extraits de magazines sont constitués d'une copie de la page où apparaissent les droits invoqués. La date de parution présumée des magazines est fournie par une société tierce ayant apposé une étiquette sur ladite page.

1. Extraits de magazines parus en 2004

- Jeune & Jolie – janvier 2004 (FR)
- Cosmopolitan – juin 2004 (FR)
- Figaro Madame – 6 novembre 2004 (FR)
- Stratégies – 25 novembre 2004 (FR)
- Jalouse – novembre 2004 (FR)
- Gala – 8 décembre 2004 (FR)
- Psychologies Magazine – décembre 2004 (FR)
- Prima – décembre 2004 (FR)
- Biba – décembre 2004 (FR)
- Marie France – décembre 2004 (FR)
- Marie France Maison – décembre 2004 / janvier 2005 (FR)

- Jalouse – décembre 2004 / janvier 2005 (FR)
2. Extraits de magazines parus en 2005
 - Têtu – janvier 2005 (FR)
 - Marie France – mars 2005 (FR)
 - Gala – 27 avril 2005 (FR)
 - Glamour – septembre 2005 (FR)
 3. Extraits de magazines parus en 2006
 - Marie Claire – janvier 2006 (FR)
 - DS – juillet / août 2006 (FR)
 - Glamour – septembre 2006 (FR)
 - Public – 9 / 15 octobre 2006 (FR)
 - Public – 30 octobre / 5 novembre 2006 (FR)
 - Madame – 25 novembre 2006 (FR)
 - Closer – 27 novembre / 3 décembre 2006 (FR)
 4. Extraits de magazines parus en 2007
 - Paris International Magazine – hiver 2007 (FR)
 - Public – 2/8 avril 2007 (FR)
 - Femme en Ville – décembre 2007 / janvier 2008 (FR)
 5. Extraits de magazines parus en 2008
 - Marie Claire – janvier 2008 (FR)
 6. Une déclaration de Monsieur Laurent Boillot, Président Directeur Général de Guerlain datée du 27 octobre 2009 concernant la vente de produits « METEORITES » sur le territoire Benelux et le chiffre d'affaire global estimé pour les années 2004 à 2009.
 7. Un extrait du site Internet www.levifweekend.be du 27/10/2009 comprenant un article du 30 avril 2007 (FR)

44. Dans son argumentation du 28 octobre 2009, l'opposant mentionne que les preuves d'usage précitées sont des preuves d'usage complémentaires à celles produites le 8 juin 2009, à savoir les documents repris ci-dessous. Les extraits de magazines (pièces reprises sous les numéros 8 et 9) sont constitués d'une copie de la page où apparaissent les droits invoqués et d'une copie de la première page du magazine. La date de parution apparaît sur la première page du magazine. Dans la liste ci-dessous, l'Office a mentionné le titre du magazine, suivi de la date ou du mois de parution et, entre parenthèses, les sigles « FR » ou « NL » selon que la langue utilisée dans le magazine est le français ou le néerlandais.

8. Extraits de magazines parus en 2008
 - Evita – 01/01/2008 (NL)
 - Weekend Le Vif l'Express – 25/04/2008 (FR)
 - Point de Vue – 29/04/2008 (FR)
 - Gaël – 01/05/2008 (FR)

- Lou – 01/05/2008 (FR)
- Flair – 06/05/2008 (FR)
- Flair – 07/05/2008 (FR)
- Victoire – 31/05-2008 (FR)
- Planet Magazine – 01/06/2008 (FR)
- Planet Magazine – 01/06/2008 (NL)
- The Brussels Magazine – 01/06/2008 (NL)
- Déco Idées – 01/06/2008 (FR)
- Feeling – 01/06/2008 (FR)
- Touring explorer – 01/06/2008 (FR)
- Talkies – 15/06/2008 (NL)
- Nieuwsblad Magazine – 21/06/2008 (NL)
- Nina – 28/06/2008 (NL)
- Flair – 15/07/2008 (NL)
- Femmes d'Aujourd'hui – 24/07/2008 (FR)
- Weekend Knack – 30/07/2008 (NL)
- Flair – 13/08/2008 (FR)
- Flair – 12/11/2008 (FR)
- Elle Belgïe – 01/12/2008 (NL)
- Evita – 01/12/2008 (NL)
- Goedele – 01/12/2008 (NL)
- L'événement – 01/12/2008 (FR)
- L'Officiel – 01/12/2008 (FR)
- Only You – 01/12/2008 (FR)
- Planet Magazine – 01/12/2008 (NL)
- Talkies – 01/12/2008 (NL)
- La Libre Essentielle – 06/12/2008 (FR)
- Nina – 06/12/2008 (NL)
- Femmes d'Aujourd'hui – 24/12/2008 (FR)
- Le Soir Magazine – 24/12/2008 (FR)

9. Extraits de magazines parus en 2009

- Elle Belgïe – 01/05/2009 (NL)
- Victoire – 18/04/2009 (FR)

10. Série de visuels pour les produits « METEORITES » couvrant les années 1987, 1988, 1989, 1991, 1992, 1997, 1999, 2000, 2005, 2007, 2008 (2).

Extraits de magazines pour la période s'étalant de janvier 2004 à janvier 2008 (pièces reprises sous les numéros 1 à 5)

45. Toutes ces pièces sont des extraits de magazines édités en France, rédigés en français, parus durant la période pertinente. Ces magazines contiennent chacun une publicité pour des produits de maquillage nommés « Météorites », « Les Météorites », « Météorites Voyage », « Météorites Voyage Mythic », « Météorites Billes » ou encore « Météorites Beige Chic n°3 ».

Déclaration de Monsieur Laurent Boillot du 27 octobre 2009 (pièce reprise sous le numéro 6)

46. Dans cette déclaration postérieure à la période pertinente, Monsieur Laurent Boillot, Directeur Général de Guerlain SA, stipule que des produits de maquillage de la gamme « METEORITES » ont été vendus au Benelux entre 2004 et 2009 pour un chiffre d'affaire global dépassant un million d'euros.

Extrait du site Internet www.levifweekend.be du 27/10/2009 (pièce reprise sous le numéro 7)

47. Cet extrait contient un article paru le 30 avril 2007 relatant la collaboration de la Maison Guerlain et de Laudomia Pucci concernant la vente imminente d'un coffret édition limitée, intitulé « Guerlain by Pucci », disponible le 19 mai 2007, et contenant une réédition des « Météorites ». Les exemplaires de ce coffret ne seront vendus qu'à Paris et pour la Belgique, dans certaines parfumeries spécialisées.

Extrait du magazine « Evita » du 1^{er} janvier 2008 (pièce reprise au premier point du numéro 8).

48. Il s'agit d'un magazine belge rédigé en néerlandais comprenant une publicité pour les produits de maquillage « Météorites » et « Météorites Voyage » de l'opposant. Il fut publié le 1^{er} janvier 2008, soit, en toute fin de période pertinente. Etant donné sa rédaction en néerlandais, on peut considérer que ce magazine a été distribué au Benelux.

Extraits de magazines relatifs aux années 2008 et 2009 (pièces reprises sous les numéros 8 et 9)

49. A l'exception de l'extrait du magazine « Evita » du 1^{er} janvier 2008 (voir point 47), toutes les pièces reprises sous les numéros 8 et 9 se rapportent à une période postérieure à la période pertinente.

Série de visuels pour le produit « METEORITES » (pièce reprise sous le numéro 10)

50. Ce document reprend une série de représentations du produit « METEORITES ». Il n'est toutefois pas possible d'en déterminer la date ni la portée géographique.

Conclusion

51. Selon l'arrêt de la Cour du 11 mars 2003 (CJUE, arrêt Ansul, C-40/01, 11 mars 2003), 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 et services, à l'exclusion d'usages de caractère symbolique ayant pour seul objet le maintien des droits conférés par la marque. Dès lors, il y a lieu de considérer que la condition relative à l'usage sérieux de la marque exige que celle-ci, telle qu'elle est protégée dans le territoire pertinent, soit utilisée publiquement et vers l'extérieur (voir également TUE, arrêt Silk Cocoon, T- 174/01, 12 mars 2003 ; arrêt Vitafruit, T-203/02, 8 juillet 2004 et arrêt Charlott, T-169/06, 8 novembre 2007).

52. Il n'est pas nécessaire que l'usage de la marque antérieure soit toujours quantitativement important pour être qualifié de sérieux (TUE, Hipoviton, T-334/01, 8 juillet 2004 ; Sonia Sonia Rykiel, T-131/06, 30 avril 2008). La notion d'usage sérieux 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 (voir TUE, arrêt Vitafruit, précité).

53. En outre, l'usage sérieux d'une marque ne peut pas être démontré par des probabilités ou des présomptions, mais doit reposer sur des éléments concrets et objectifs qui prouvent une utilisation effective et suffisante de la marque sur le marché concerné (voir TUE, arrêt Hiwatt, T-39/01, 12 décembre 2002 ; arrêt Vitakraft, T-356/02, 6 octobre 2004 et arrêt Sonia Sonia Rykiel, précité).

54. En l'espèce, l'Office relève que la majorité des pièces produites à titre de preuves d'usage pour la période pertinente sont des publicités dans des magazines français pour des produits de maquillage portant les noms « Météorites », « Les Météorites », « Météorites Voyage », « Météorites Voyage Mythic », « Météorites Billes » ou encore « Météorites Beige Chic n°3 ». Bien qu'il soit vraisemblable que ces magazines aient été distribués en Belgique à destination du public francophone, ceux-ci ne prouvent pas, à eux seuls, que l'opposant ait fait usage des droits antérieurs invoqués pour lesdits produits de maquillage, au Benelux spécifiquement. En effet, on ne peut déduire du seul fait de la distribution de magazines français, rédigés en français, que les produits dont la promotion est assurée par ce média sont effectivement mis sur le marché Benelux ou que des préparatifs sérieux en ce sens ont été réalisés.

55. L'article du 30 avril 2007 paru sur le site www.levifweekend.be fait référence à un coffret de beauté nommé « Guerlain by Pucci » et qui comprendrait notamment un produit nommé « Les Météorites ». Il ressort de l'article que cette action fut ponctuelle (distribution durant une période limitée s'étalant du 19 mai 2007 au mois d'août 2007) et que cette action n'avait pas vocation à être renouvelée. L'Office ne peut donc déduire de l'annonce de la commercialisation en Belgique de ce coffret « Guerlain by Pucci » un usage sérieux au Benelux des droits invoqués.

56. De même, le seul article paru dans une revue belge durant la période pertinente, ne peut, sans être corroboré par d'autres éléments probants, démontrer l'usage sérieux des droits invoqués au Benelux.

57. L'Office relève encore que les preuves introduites ne comprennent aucune donnée quantitative relative à l'usage, telles que des informations concernant la part de marché, le volume d'affaires, etc. En l'absence d'autres éléments probants, tels des factures, des emballages de produits, des chiffres de vente effectifs ou encore une liste de points de vente, les publicités parues au cours de la période pertinente dans des magazines français et dans un seul magazine belge, ainsi que l'article paru sur le site www.levifweekend.be ne peuvent suffire à démontrer l'usage sérieux des droits invoqués sur le territoire Benelux.

58. En conclusion, il ne ressort nullement des pièces couvrant la période pertinente que les droits invoqués auraient fait l'objet d'un usage sérieux au Benelux.

59. En ce qui concerne les pièces postérieures à la période pertinente, l'Office rappelle qu'elles doivent en principe être écartées. Toutefois, l'appréciation du caractère sérieux de l'usage au cours de la période pertinente peut, le cas échéant, tenir compte d'éventuelles circonstances postérieures à ladite période. De telles circonstances peuvent permettre de confirmer ou de mieux apprécier la portée de l'utilisation de la marque au cours de la période pertinente ainsi que les intentions réelles du titulaire au cours de la même période (CJUE, arrêt La Mer Technology, C-259/02, 27 janvier 2004).

60. En l'espèce, l'opposant reste en défaut de produire des preuves attestant de l'usage effectif des droits invoqués sur le territoire du Benelux pendant la période pertinente. Les pièces postérieures

produites par l'opposant, et principalement les magazines belges publiés en 2008 et 2009, ne présentent aucun lien avec la période pertinente. Elles ne peuvent donc nullement confirmer ou permettre de mieux apprécier la portée de la prétendue utilisation des droits invoqués au Benelux durant la période pertinente, laquelle est, au vu des preuves d'usage fournies, purement hypothétique.

61. Enfin, la déclaration de Monsieur Laurent Boilot a été établie par l'opposant lui-même. À cet égard, il y a lieu de rappeler que, pour apprécier la valeur probante d'un document, il faut en premier lieu vérifier la vraisemblance de l'information qui y est contenue. Il faut alors tenir compte, notamment, de l'origine du document, des circonstances de son élaboration, de son destinataire, et se demander si, d'après son contenu, il semble sensé et fiable (TUE, arrêt *Salvita*, T-303/03, 7 juin 2005). A sa lecture, l'Office estime que cette déclaration ne peut, sans être accompagnée d'autres éléments probants démontrant la commercialisation de produits revêtus de la marque « LES METEORITES » au Benelux durant la période pertinente, suffire à démontrer l'usage sérieux des droits invoqués sur ce territoire.

62. En conclusion, l'Office estime, sur base des preuves d'usage fournies, que l'opposant n'a pas démontré l'usage sérieux au Benelux, pendant la période pertinente, des droits invoqués.

B. Conclusion

63. Considérant que les preuves d'usage introduites par l'opposant ne suffisent pas à démontrer l'usage sérieux des droits invoqués, il n'y a donc pas lieu de statuer sur l'éventuel risque de confusion.

C. Autres facteurs

64. Lors de la production de ses preuves d'usages, l'opposant a introduit des arguments complémentaires laissant le soin à l'Office d'en apprécier la recevabilité par application de l'article 1.17, alinéa 1^{er}, sous g RE. L'Office rappelle que l'article 1.17 du RE énonce clairement le moment où chaque partie a la possibilité de soumettre ses arguments au cours de la procédure. La faculté pour l'opposant de soumettre des arguments complémentaires ultérieurement au dépôt de ses arguments principaux, n'est pas prévue par le Règlement.

65. En application de l'article précité, l'Office estime que la prise en compte d'arguments complémentaires ne se justifie pas en l'espèce. Les arguments complémentaires de l'opposant sont donc écartés.

IV. CONSÉQUENCE

66. L'opposition numéro 2002627 n'est pas justifiée.

67. L'enregistrement Benelux portant le numéro 836679 est enregistré au Benelux.

68. 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 la règle 1.32, alinéa 3 RE. La présente décision forme titre exécutoire en vertu de l'article 2.16, alinéa 5 CBPI.

La Haye, le 13 avril 2011

Lionel Duez
(rapporteur)

Diter Wuytens

Saskia Smits

Agent chargé du suivi administratif : Raphaëlle Gérard