

**OFFICE BENELUX DE LA PROPRIETE INTELLECTUELLE**

**DECISION en matière d'OPPOSITION**

**N° 2004519**

**du 04 avril 2011**

**Opposant :** **KAZOU vzw**  
Haachtsesteenweg 579, bus 40  
1031 Bruxelles  
Belgique

**Mandataire :** **Bureau Gevers S.A.**  
Holidaystraat 5  
1831 Diegem  
Belgique



**Droit invoqué :**  
(enregistrement Benelux 809240)

*contre*

**Défendeur :** **Christian Balthasart**  
Allée de Bouleaux 3  
4140 Sprimont  
Belgique

**Marque contestée :** **YAKAZOO**  
(dépôt Benelux 1182267)

## I. FAITS ET PROCEDURE

### A. Faits

1. Le 27 mai 2009, le défendeur a procédé au dépôt Benelux de la marque verbale « YAKAZOO » pour distinguer des services en classes 35, 41 et 43. Cette demande de marque a été mise à l'examen sous le numéro 1182267 et a été publiée le 11 juin 2009.

2. Le 1<sup>er</sup> septembre 2009, l'opposant a introduit une opposition contre l'enregistrement de ce dépôt. L'opposition est basée sur l'enregistrement Benelux antérieur, numéro 809240, déposé le 4 octobre 2006, et enregistré le 5 janvier 2007, pour des services en classes 39, 41 et 45, de la marque semi-figurative :



3. Il ressort du registre que l'opposant est effectivement le titulaire du droit invoqué.

4. L'opposition fut introduite contre tous les services du dépôt contesté et basée sur tous les services revendiqués par l'enregistrement antérieur. Au cours de la procédure, l'opposant a limité son opposition en excluant les services de *publicité* (Cl 35) couverts par le dépôt contesté.

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. Le 4 septembre 2009, 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. La phase contradictoire de la procédure a débuté le 5 novembre 2009. Le 13 novembre 2009, l'Office a adressé aux parties un avis relatif au début de la procédure, un délai jusqu'au 13 janvier 2010 étant imparti à l'opposant pour introduire ses arguments et pièces.

9. Le 11 janvier 2010, l'opposant a introduit ses arguments étayant l'opposition. Ceux-ci ont été envoyés par l'Office au défendeur le 14 janvier 2010, un délai jusqu'au 14 mars 2010 étant imparti à ce dernier pour y répondre.

10. Le 10 mars 2010, le défendeur a réagi aux arguments de l'opposant. Etant donné que ces arguments ont été introduits en un seul exemplaire, l'Office a demandé au défendeur par courrier du 15 avril 2010 un second exemplaire de ses arguments et pièces à remettre au plus tard le 15 juin

2010. Un second exemplaire des arguments du défendeur a été réceptionné par l'Office le 7 juin 2010. Le 10 juin 2010, l'Office a transmis la réaction du défendeur à l'opposant.

11. Chaque partie a introduit ses observations dans les délais impartis par l'Office.
12. L'Office estime qu'il dispose d'éléments suffisants pour pouvoir statuer sur l'opposition.

## II. MOYENS DES PARTIES

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

### A. Arguments de l'opposant

14. En ce qui concerne la comparaison des services, l'opposant estime que les « *services de restauration (alimentation), hébergement temporaire* » du dépôt contesté sont similaires aux services repris en classe 39 du droit invoqué, ces services étant le plus souvent combinés aux services liés aux vacances. Les services visés en classe 41 sont identiques aux services du droit invoqué. Enfin, les services de « *gestion des affaires commerciales, administration commerciale, travaux de bureau* » seraient similaires aux services d'« *éducation, enseignement et formation de cours* », ces derniers pouvant, selon l'opposant, être offerts conjointement aux services prodigués par des bureaux de gestion d'administration et de gestion des affaires commerciales.

15. Concernant la comparaison visuelle, l'opposant relève que l'élément verbal « KAZOU » du droit invoqué est dominant, les éléments graphiques devant être considérés par le consommateur comme purement ornementaux. L'opposant relève que les signes en cause partagent quatre lettres consécutives placées dans le même ordre.

16. Sur le plan phonétique, l'opposant relève que le droit invoqué est entièrement inclus dans le dépôt contesté, les syllabes « ZOU » et « ZOO » ayant une prononciation identique en français et en anglais. La reprise du droit antérieur dans le signe contesté implique, selon l'opposant, une ressemblance entre les signes, que les différences résultant des deux premières lettres « YA » du dépôt contesté ne viennent pas compenser.

17. L'opposant conclut que les signes en question sont ressemblants sur les plans visuel et phonétique.

18. Une comparaison conceptuelle n'est pas pertinente puisque ni le droit invoqué, ni le dépôt contesté, n'auraient de signification dans le langage courant.

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

20. En conclusion, l'opposant considère qu'il existe un risque de confusion entre le droit invoqué 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 à restituer les taxes d'opposition à l'opposant.

## **B. Réaction du défendeur**

21. En ce qui concerne la comparaison des services, le défendeur estime que « *les services de restauration* » de la classe 43 du dépôt contesté sont des services fournis à titre principal et non des services de restauration accessoires pouvant accompagner d'autres services, comme par exemple les services de la classe 39 couverts par le droit invoqué. Les services de la classe 35 du dépôt contesté sont également fournis à titre principal et non accessoirement à d'autres services. Le défendeur conteste la capacité présumée de l'opposant à pouvoir s'opposer à tous les services des classes 35 à 45 sur base de ses droits antérieurs en classe 39.

22. En ce qui concerne la comparaison des signes, le défendeur semble contester l'aspect dominant du terme « KAZOU » au profit du logo « M – *Christelijke Mutualiteit* » en insistant, par ailleurs, sur l'importance à considérer le droit invoqué dans son ensemble.

23. Sans préjudice de l'argument développé au paragraphe précédent, le défendeur conteste la ressemblance visuelle et phonétique entre les termes « YAKAZOO » et « KAZOU » en insistant, sur la longueur respective des signes et sur l'importance du début des signes s'agissant de la perception du consommateur.

24. Sur le plan phonétique, le défendeur considère que le signe contesté est formé de trois syllabes alors que le droit invoqué n'en contient que deux. Il insiste également sur le son de la première syllabe « YA » du signe contesté par opposition à la syllabe « KA » du droit invoqué. En outre, la seconde syllabe « KA » du dépôt contesté serait prononcée de manière plus discrète vu son enfermement entre les syllabes « YA » et « ZOO » alors que dans le droit invoqué, le son formé par les lettres « KA » serait très fort. Enfin, le défendeur estime que les syllabes « ZOU » et « ZOO » sont prononcées différemment.

25. Sur le plan conceptuel, le défendeur estime que le terme « KAZOU » renvoie à un instrument de musique alors que le terme « YAKAZOO » n'a pas de signification particulière. Il n'existe donc pas de ressemblance conceptuelle.

26. Le défendeur est d'avis que le niveau d'attention du public pertinent est celui du « consommateur moyennement attentif ».

27. Le défendeur conclut que, vu les différences entre les signes sur les plans visuel, phonétique et conceptuel, il n'y a pas de risque de confusion entre les signes pour les services visés en classes 35, 41 et 43. Le défendeur cite, en outre, une décision de l'OHMI à l'appui de son argumentation.

28. Le défendeur demande à l'Office de rejeter l'opposition et de condamner l'opposant aux dépens et taxe d'opposition.

### III. DECISION

#### A.1. Risque de confusion

29. Conformément à l'article 2.14, alinéa 1<sup>er</sup>, sous a, CBPI, le déposant ou le titulaire d'une marque antérieure peut, dans un délai de deux mois à compter du premier jour du mois suivant la publication du dépôt, introduire une opposition écrite auprès de l'Office Benelux de la Propriété intellectuelle contre une marque qui prend rang après sa marque, conformément aux dispositions de l'article 2.3, sous a et b, ou qui est susceptible de créer une confusion avec sa marque notoirement connue au sens de l'article 6bis de la Convention de Paris.

30. L'article 2.3, sous a et b, CBPI dispose que : « *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* ».


31. Selon la jurisprudence constante de la Cour de justice de l'Union européenne (ci-après : « CJUE ») 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 CJUE, Canon, C-39/97, 29 septembre 1998 ; Lloyd Schuhfabrik Meyer, C-342/97, 22 juin 1999 ; voir 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 ; Bruxelles, N-20060227-1, 27 février 2006).

#### **Comparaison des signes**

32. L'appréciation globale du risque de confusion doit, en ce qui concerne la similitude visuelle, auditive ou conceptuelle des signes 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.

33. 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 (CJUE, Sabel, C-251/95, 11 novembre 1997).

34. Les signes à comparer sont les suivants :

Opposition basée sur :	Opposition dirigée contre :
	<p data-bbox="966 405 1075 430" style="text-align: center;"><b>YAKAZOO</b></p>

*Comparaison visuelle*

35. Le dépôt contesté est un signe purement verbal constitué de sept lettres, à savoir « YAKAZOO ».

36. Le droit invoqué est une marque complexe représentant une forme géométrique, de couleur noire, à dominante triangulaire mais aux angles et côtés arrondis. Cette forme est entourée de deux fines lignes noires continues rappelant la forme géométrique noire centrale et placées de manière légèrement décalées par rapport à la forme noire centrale. Au centre de la forme noire centrale, est écrit en lettres blanches le mot « KAZOU ». Dans la partie inférieure de la forme centrale et sous le terme « KAZOU », se trouve un rond blanc dans lequel est placée une lettre noire « M » dont la jambe centrale est barrée et représente une croix. Sous cette lettre stylisée, sont inscrits en petits caractères les termes peu lisibles « CHRISTELIJKE MUTUALITEIT ».

37. L'impression d'ensemble produite auprès du public pertinent par une marque complexe peut, dans certaines circonstances, être dominée par un ou plusieurs des composants de celle-ci (CJUE, Limonchello, C-334/05 P, 12 juin 2007). Lors de l'appréciation du caractère dominant d'un ou de plusieurs composants déterminés d'une marque complexe, il convient de prendre en compte, notamment, les qualités intrinsèques de chacun de ces composants en les comparant à celles des autres composants. En outre, et de manière accessoire, peut être prise en compte la position relative des différents composants dans la configuration de la marque complexe (TUE, Matratzen, T-6/01, 23 octobre 2002 et El Charcutero Artesano, T-242/06, 13 décembre 2007).

38. Dans les signes composés (éléments verbal et figuratif), l'élément verbal a souvent un impact plus élevé sur le consommateur que l'élément figuratif (voir en ce sens : TUE, SELENIUM-ACE, T-312/03, 14 juillet 2005). En effet, le public évoque généralement ces signes en utilisant l'élément verbal.

39. En l'espèce et concernant le droit invoqué, l'attention du public se portera sur l'élément verbal central « KAZOU » écrit en grands caractères gras, blancs sur fond noir. La représentation de la forme noire et les lignes l'entourant seront, elles, perçues par le public concerné comme des aspects purement ornementaux du signe. De même, les éléments « M » et « CHRISTELIJKE MUTUALITEIT » lui apparaîtront secondaires par rapport au terme « KAZOU » étant donné leur petite dimension et leur placement discret dans la composition graphique globale. L'Office estime donc que l'élément dominant du droit invoqué est l'élément verbal « KAZOU ».

40. En règle générale, le consommateur attachera plus d'importance à la première partie d'une marque (TUE, Mundicor, T-183/02 et T-184/02, 17 mars 2004). En l'espèce, le début des signes en

cause est différent, à savoir, la lettre « Y » et la lettre « K », quoique ces lettres soient graphiquement assez proches l'une de l'autre.

41. Le droit invoqué est composé de cinq lettres, là où le signe contesté en contient sept ce qui donne aux signes une longueur sensiblement différente. Les deux signes ont néanmoins quatre lettres en commun, placées dans le même ordre : « KAZO ». En conclusion, l'Office est d'avis que les ressemblances entre les signes en cause sont limitées et que par conséquent, les signes présentent sur le plan visuel, tout au plus, un faible degré de ressemblance.

#### *Comparaison phonétique*

42. Lorsque les consommateurs nomment des signes complexes composés d'éléments verbaux et figuratifs, ils ont généralement recours aux seuls éléments verbaux, négligeant par conséquent normalement les éléments figuratifs qui ne peuvent donc intervenir dans le cadre de l'appréciation phonétique (TUE, O Orsay, T-39/04, 14 février 2008 ; en ce sens également : TUE, BROTHERS by CAMPER, T-43/05, 30 novembre 2006).

43. En outre, le consommateur moyen aura tendance à abréger oralement une marque comprenant plusieurs termes afin de la rendre plus facile à prononcer (TUE, GREEN by Missako, T-162/08, 11 novembre 2009 ; en ce sens également : BROTHERS by CAMPER, précité).

44. Par conséquent, le public concerné considérera le terme « KAZOU » dans le droit invoqué comme étant dominant, délaissant les éléments verbaux « M » + « CHRISTELIJKE MUTALITEIT », difficilement lisibles et placés, comme déjà mentionné, de manière très discrète dans la composition graphique globale.

45. L'élément dominant du droit invoqué est composé de deux syllabes « KA-ZOU » ; le signe contesté est, lui, composé de trois syllabes « YA-KA-ZOO ». En anglais, les syllabes formées par les lettres « KAZOU » et « KAZOO » seront prononcées de manière quasiment identiques, le second son étant, toutefois, un peu plus long. En néerlandais, bien que d'un point de vue purement technique, la dernière syllabe du signe « KAZOU » doit normalement être prononcée [zau], l'Office estime que le public néerlandophone prononcera les syllabes « -OU » et « -OO » de la même manière, à savoir, le son [zu]. En français, ces syllabes devraient être prononcées [zu] (pour « KAZOU ») et [z(o)o] (pour « YAKAZOO »). L'Office relève néanmoins que le public francophone, au même titre que le public néerlandophone, est susceptible d'angliciser la prononciation de la dernière syllabe du signe contesté. En effet, le public a parfois tendance à prononcer « à l'anglaise » certaines syllabes de mots sans signification claire, et notamment les lettres « OO » finales comme, par exemple, dans la marque « YAHOO ».

46. Il ressort de la jurisprudence que la partie initiale des marques verbales peut être susceptible de retenir davantage l'attention du consommateur (TUE, Mundicor, précité). En l'espèce, la première syllabe additionnelle du signe contesté « YA » influence incontestablement la prononciation globale du signe contesté et constitue un élément de différenciation des signes en cause.

47. Toutefois, la prééminence de la partie initiale d'un signe ne saurait valoir dans tous les cas. Elle ne saurait, en tout état de cause, remettre en cause le principe selon lequel l'examen de la similitude des marques doit prendre en compte l'impression d'ensemble produite par ces marques, dès

lors que le consommateur moyen perçoit normalement une marque comme un tout et ne se livre pas à l'examen de ses différents détails (arrêts *Sabel* et *Lloyd Schuhfabrik Meyer*, précités).

48. En l'espèce, l'Office considère que l'existence de la syllabe additionnelle « YA » du droit invoqué n'est pas de nature, en dépit de sa position en début de marque, à supprimer l'impression globale de ressemblance des signes, laquelle résulte de l'identité de prononciation, au moins pour une grande partie du public, des deux syllabes [ka-zu] et donc, de la reprise phonétique intégrale de l'élément verbal dominant du droit invoqué.

49. L'Office conclut que les signes ont un certain degré de ressemblance phonétique.

*Comparaison conceptuelle*

50. Sur le plan conceptuel, les signes n'ont pas de signification spécifique évidente. Le défendeur relève néanmoins que le terme « KAZOU » (ou « KAZOO » -les deux orthographes étant utilisées-), est le nom d'un instrument de musique. Cette affirmation est exacte. Cet instrument reste toutefois peu connu de la majorité du public. Par conséquent, l'Office estime que le public pertinent ne se livrera pas au découpage du signe contesté en deux parties distinctes mais appréciera au contraire le signe dans son ensemble sans lui attribuer de contenu conceptuel précis.

51. La comparaison conceptuelle des signes n'est donc pas pertinente en l'espèce.

*Conclusion*

52. Les signes ont un faible degré de ressemblance sur le plan visuel et un certain degré de ressemblance sur le plan phonétique. Une comparaison conceptuelle n'est pas pertinente.

**Comparaison des services**

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

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

55. Les services à comparer sont les suivants :

Opposition basée sur :	Opposition dirigée contre :
	CI 35 Gestion des affaires commerciales; administration commerciale; travaux de bureau.
CI 39 Services d'agence de voyages, à savoir organisation et réservation de voyages, excursions et visites touristiques par voie terrestre, maritime ou aérienne; affrètement de	



<p>bus, bateaux et avions; accompagnement de voyageurs; transport de biens et de personnes ; organisation de voyages en groupe et voyages touristiques et services de courtier dans ce domaine ; location de voitures et d'autres moyens de transports ; conseils dans le domaine des services précités ; les services précités pouvant aussi être fournis par Internet.</p>	
<p>CI 41 Divertissement; activités sportives et culturelles; organisation d'évènements sportifs; éducation; enseignement; formations et cours; apprentissage du sport; diffusion et organisation de programmes musicaux et de divertissement; services de centre récréatif; édition de livres, magazines, écrits, périodiques, affiches, posters, brochures et autres imprimés et écrits, principalement dans le domaine des voyages; conseils dans le domaine des services précités; les services précités pouvant aussi être fournis par Internet.</p>	<p>CI 41 Éducation; formation; divertissement; activités sportives et culturelles.</p>
	<p>CI 43 Services de restauration (alimentation); hébergement temporaire.</p>
<p>CI 45 Aide sociale et support aux enfants, jeunes et leurs éducateurs concernant les problématiques d'éducation et de passage à l'âge adulte ; aide sociale concernant la protection des enfants, jeunes et leurs éducateurs concernant les problématiques d'éducation et de passage à l'âge adulte.</p>	
<p><i>N.B. : La langue originale de la liste des services de cet enregistrement n'est pas le français. La traduction française est fournie exclusivement à des fins de lisibilité de la présente décision.</i></p>	

*Classe 35*

56. Les services « *gestion des affaires commerciales; administration commerciale; travaux de bureau* » en classe 35 visés par le dépôt contesté ne sont similaires à aucun des services de l'opposant. En effet, il s'agit ici de services qui diffèrent par leur nature et leur destination et qui sont offerts par des entreprises différentes. Les services de l'opposant, soit, n'appartiennent pas à ce domaine, soit, ne présentent pas un lien suffisamment clair avec les services du défendeur pour pouvoir être considérés comme similaires à ces derniers (voir entre autres en ce sens : décisions d'opposition OBPI du 14 décembre 2010 : LEO'GRAPHIC, 2003777 ; LEO'CONSEIL, 2003780 ; LEO'BURO, 2003781 ; LEO'MULTI, 2003760).

*Classe 41*

57. Les services « *éducation; formation; divertissement; activités sportives et culturelles* » en classe 41 du dépôt contesté sont repris *expressis verbis* dans la liste des services en classe 41 du droit invoqué. Ils doivent donc être considérés comme identiques.

*Classe 43*

58. Les « *services de restauration (alimentation)* » en classe 43 du dépôt contesté sont des services complémentaires aux services « *transport de personnes* » en classe 39 du droit invoqué. Il est en effet habituel que les compagnies de transport fournissent ou vendent des repas ou de la nourriture et des boissons à leurs passagers (voir en ce sens : décision d'opposition OBPI, BAA, 2002955, 21 janvier 2010). Ces services sont rendus par les mêmes entreprises et sont destinés aux mêmes consommateurs. Ainsi, le public concerné leur attribuera une même origine.

59. Les services « *hébergement temporaire* » en classe 43 du dépôt contesté sont similaires aux « *services d'agences de voyages* » en classe 39 du droit invoqué. Une agence de voyages est une entreprise qui compose et vend des offres de voyages à ses clients. Elle joue le rôle d'intermédiaire entre les clients et les différents prestataires sur le marché du tourisme, à savoir, les tour-opérateurs, les compagnies aériennes, les hôteliers, les entreprises de location de voiture, etc. De plus en plus, les agences de voyages composent elles-mêmes leurs produits en assemblant différentes prestations. Les voyageurs les plus importants ont aussi fait l'acquisition d'hôtels leur appartenant. Les services en cause peuvent donc être rendus par les mêmes entreprises. Le consommateur pertinent pourra donc leur attribuer une même origine. Il résulte de ces circonstances que lesdits services sont similaires (voir en ce sens : OBPI, BAA, précité).

*Conclusion*

60. Les services respectifs en classe 41 sont identiques. Les services visés en classe 43 par le dépôt contesté doivent être considérés comme similaires aux services visés par la classe 39 du droit invoqué. Les services de la classe 35 du dépôt contesté sont différents des services couverts par le droit invoqué.

**A.2. Appréciation globale**

61. 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.

62. 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, précités).

63. 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 (arrêt Lloyd Schuhfabrik Meyer, précité). Vu que la classification utilisée ne fait pas clairement apparaître qu'il s'agirait de services pour lesquels le niveau d'attention du public concerné serait plus élevé, il faut conclure qu'en l'espèce le niveau d'attention du public est un niveau d'attention normal.

64. 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, précité). Vu que le droit invoqué n'a pas de signification en relation avec les services revendiqués, il dispose d'un caractère distinctif normal.

65. Selon la jurisprudence de la CJUE, il ne saurait être exclu que la seule similitude auditive entre deux marques puisse créer un risque de confusion (arrêt Lloyd Schuhfabrik Meyer, précité). En l'espèce, les signes présentent un certain degré de ressemblance phonétique.

66. En conclusion, vu la ressemblance des signes au niveau phonétique, l'Office est d'avis que le public pourra croire que les services identiques et similaires du dépôt contesté proviennent de la même entreprise ou d'entreprise liées économiquement.

#### **B. Autres facteurs**

67. La procédure d'opposition auprès de l'Office ne prévoit pas, en cas de succès de l'opposition, que le défendeur « restitue » à l'opposant le montant de la taxe d'opposition. L'article 2.16, alinéa 5, CBPI et la règle 1.32, alinéa 3, du règlement d'exécution (ci-après « RE ») prévoient uniquement qu'un montant équivalent à la taxe de base de l'opposition est à charge de la partie perdante.

#### **C. Conclusion**

68. Sur base de ce qui précède, l'Office conclut qu'il existe un risque de confusion entre les signes désignant les produits identiques ou similaires en classes 41 et 43.

#### **IV. CONSÉQUENCE**

69. L'opposition numéro 2004519 est partiellement justifiée.

70. Le dépôt Benelux 1182267 n'est pas enregistré au Benelux pour les services suivants :

- Classe 41 (*tous les services*)
- Classe 43 (*tous les services*)

71. Le dépôt Benelux 1182267 est enregistré au Benelux pour les services suivants :

- Classe 35 (*tous les services*)

72. Vu que l'opposition est partiellement justifiée, aucune des parties n'est redevable des dépens en vertu de l'article 2.16, alinéa 5 CBPI selon la règle 1.32 du règlement d'exécution.

La Haye, le 04 avril 2011

Lionel Duez  
(*rapporteur*)

Diter Wuytens

Saskia Smits

Agent chargé du suivi administratif : Loes Burger - van Eik