



OFFICE BENELUX DE LA PROPRIETE INTELLECTUELLE

DECISION en matière d'OPPOSITION

N° 2006472

du 31 mai 2013

Opposant : **Peter Bruining BV**
A.Hofmanweg 38
2031 BL Haarlem
Pays-Bas

Mandataire : **Novagraaf Nederland B.V.**
Hoogoorddreef 5
1101 BA Amsterdam
Pays-Bas

Droit invoqué : Enregistrement Benelux 406910

R & C

contre

Défendeur : **Robert Coen**
Rue du Canal 9
1000 Bruxelles
Belgique

Mandataire : **Madeleine Deroy, Avocat au Barreau de Bruxelles**
65, avenue Lepoutre
1050 Bruxelles
Belgique

Marque contestée : Dépôt Benelux 93643



I. FAITS ET PROCEDURE

A. Faits

1. Le 18 mars 2011, le défendeur a procédé au dépôt Benelux de la marque semi-figurative suivante pour distinguer des produits et services en classes 14, 40 et 42 :



Cette demande de marque a été mise à l'examen sous le numéro 93643 et a été publiée le 5 avril 2011.

2. Le 29 juin 2011, l'opposant a introduit une opposition contre l'enregistrement de cette marque. L'opposition est basée sur l'enregistrement Benelux 406910 de la marque verbale **R&C**, déposée le 30 janvier 1985 pour des produits en classe 14.

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

4. L'opposition est introduite contre tous les produits et services du dépôt contesté et basée sur tous les produits revendiqués par l'enregistrement antérieur.

5. Les motifs de l'opposition sont ceux consignés à l'article 2.14, alinéa 1er, 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 juillet 2011, l'Office Benelux de la Propriété intellectuelle (ci-après « l'Office ») a adressé aux parties la notification relative à la recevabilité de l'opposition. L'opposant ayant marqué sa préférence pour l'usage du néerlandais comme langue de procédure et de l'anglais pour l'échange des arguments, le défendeur a été invité par l'Office à réagir à cette proposition pour le 4 août 2011, au plus tard. Le défendeur n'a pas accepté la proposition de l'opposant.

8. La phase contradictoire de la procédure a débuté le 5 septembre 2011. Le 8 septembre 2011, l'Office a adressé aux parties un avis relatif au début de la procédure, un délai jusqu'au 8 novembre 2011 inclus étant imparti à l'opposant pour introduire ses arguments et pièces éventuelles.

9. Le 3 novembre 2011, l'opposant a introduit ses arguments étayant l'opposition. Ceux-ci ont été envoyés par l'Office au défendeur le 7 novembre 2011, un délai jusqu'au 7 janvier 2012 étant imparti à ce dernier pour y répondre.

10. Le 6 janvier 2012, le défendeur a introduit, par l'intervention d'un mandataire, sa réaction aux arguments de l'opposant et a requis l'introduction de preuves d'usage par l'opposant. Par courrier du 16 janvier 2012, l'Office a invité l'opposant à déposer les preuves d'usage requises, pour le 16 mars 2012 au plus tard, et également informé les parties de la constitution du mandataire.

11. Le 14 mars 2012, l'opposant a introduit des preuves d'usage du droit invoqué. Le 19 mars 2012, l'Office a adressé au défendeur un exemplaire des preuves d'usage fournies. Le défendeur a été invité à déposer sa réaction aux preuves d'usage pour le 19 mai 2012, au plus tard.

12. Le 16 mai 2012, le défendeur a introduit sa réaction aux preuves d'usage produites par l'opposant. Le 21 mai 2012, l'Office a transmis la réaction du défendeur à l'opposant.

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

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

II. MOYENS DES PARTIES

15. L'opposant a introduit, en application de l'article 2.14, alinéa 1er, 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 ou services des marques en question.

A. Arguments de l'opposant

16. En ce qui concerne la comparaison des produits et services, l'opposant considère que les produits en classe 14 du dépôt contesté sont identiques à ceux en classe 14 du droit invoqué, puisque les produits du droit invoqué couvrent ceux du signe contesté. Selon l'opposant, les services en classes 40 et 42 sont similaires aux produits du signe contesté puisqu'ils sont inextricablement liés.

17. Concernant la comparaison visuelle, l'opposant considère les éléments verbaux comme dominants puisque le public accordera davantage d'attention aux éléments verbaux d'un signe qu'aux éléments figuratifs. En l'espèce, la combinaison des lettres « R » et « C » est identique dans les deux marques et l'opposant en déduit l'existence d'une forte ressemblance visuelle entre les signes.

18. Sur le plan phonétique, l'opposant considère que les signes ont un certain degré de ressemblance étant donné la prononciation identique de la combinaison des lettres « R » et « C », quelle que soit la langue utilisée.

19. Sur le plan conceptuel, l'opposant estime que la combinaison de ces deux lettres n'a pas de signification au Benelux et que les marques sont donc similaires.

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 déclarer l'opposition justifiée et de condamner le défendeur aux dépens.

B. Réaction du défendeur

21. Le défendeur explique qu'il a souhaité déposer quatre projets de poinçon de joaillerie, qu'il a soumis à l'avis de la Monnaie Royale de Belgique, Bureau de la garantie, pour l'approbation, de ces projets. Ces poinçons reprenaient les initiales de monsieur Robert Coen. La Monnaie Royale de Belgique a fait savoir au déposant qu'un de ses projets, un poinçon dans lequel la lettre « R » était séparée de la lettre « C » par le dessin d'une guitare, « *est conforme à la loi et qu'il peut être accepté* ». Le défendeur remarque également que « *cette guitare a une longueur deux fois et demi plus grande que celle de chacune des lettres R et C* ».

22. Le défendeur estime être honorablement connu depuis de très nombreuses années. Il souhaite maintenant disposer de son propre poinçon de joaillerie pour la fabrication de ses bijoux. La présence d'une guitare sur son projet de poinçon est liée au fait qu'il a fait de longues études de guitare et qu'il est guitariste.

23. Le défendeur mentionne qu'étant un joaillier-sertisseur indépendant travaillant seul, il ne souhaite nullement concurrencer des firmes importantes de joaillerie et que le symbole de guitare figurant sur le poinçon ne peut être confondu avec d'autres marques qui utiliseraient les initiales « R » et « C ».

24. Le défendeur réfère à une lettre datée du 17 juin 2011 du mandataire NOVAGRAAF qui lui signale que son dépôt risque de porter préjudice à la marque antérieure de son client. Aucune preuve d'usage n'ayant, selon lui, été fournie par l'opposant, le défendeur lui demande de le faire. Le défendeur se réserve expressément le droit de développer une argumentation ampliative après la production de ces documents.

25. Sur le plan visuel, le défendeur estime qu'il ne peut y avoir de confusion entre les marques, puisque la guitare de grande taille séparant les lettres « R » et « C » ne peut en aucune façon être confondue avec le signe « & » du droit invoqué.

26. Selon le défendeur, la prononciation des lettres « R » et « C » du droit invoqué, dans n'importe quelle langue, ne peut créer de confusion avec le dépôt contesté.

27. Selon lui, des recherches sur internet ne font pas apparaître que l'opposant utilise une guitare dans l'une de ses marques. De plus, il ressort de ces recherches qu'un nombre considérable de sociétés se situant dans le secteur de la bijouterie, joaillerie, diamants et pierres précieuses utilisent les lettres « R » et « C ».

28. Le défendeur conclut que l'opposition doit être déclarée recevable mais non fondée. Il demande que l'opposant soit débouté de son action, et qu'il supporte l'ensemble des frais afférents à celle-ci.

29. Le défendeur a demandé que l'opposant fournisse des preuves d'usage du droit invoqué. A leur lecture, le défendeur considère que les documents apportent la preuve évidente qu'il n'existe aucune similitude entre le droit invoqué et le signe contesté, à cause des éléments figuratifs utilisés. De plus, le défendeur invoque des arguments additionnels.

III. DECISION

A.1. Preuves d'usage

30. 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.

31. 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.

32. Le dépôt contesté a été publié le 5 avril 2011. La période de cinq ans s'étend, dès lors, du 5 avril 2006 au 5 avril 2011. Etant donné que l'enregistrement du droit invoqué est antérieur au 5 avril 2006, la demande de preuves d'usage est fondée.

Appréciation

33. L'opposant a communiqué les preuves d'usage reprises ci-dessous :

- a. 1 facture de l'imprimerie Aeroprint, qui mentionne « listes de prix R&C 2007 » ;
- b. 7 factures de 2007 et 2008 ;
- c. 3 magazines intitulés « Passion », de l'hiver 2008/2009 et 2009/2010, et de 2010/2011, dans lesquels se trouvent des annonces concernant des bijouteries de la marque « R&C » ;
- d. un exemplaire des tarifs publicitaires pour l'édition novembre 2010 du magazine mentionné sous point c ;
- e. 2 brochures de produits de la marque « R&C », non datées ;
- f. des copies de sites d'Internet de différents bijoutiers vendant des produits de la marque « R&C ».

Principe

34. 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).

35. Il n'est pas nécessaire que l'usage de la marque antérieure soit toujours quantitativement important pour être qualifié de sérieux (TUE, arrêt Hipoviton, T-334/01, 8 juillet 2004 ; arrêt 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).

36. 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).

Sur la pertinence du contenu des pièces fournies

37. La pièce a. consiste en une facture datée du 31 juillet 2007, adressée au déposant concernant des produits d'imprimeries destinés à « R&C », pour un total de 8.264,55 euros.

38. Le papier à lettre sur lequel sont imprimées les factures mentionnées sous point b. indique, en bas des pages, la marque « R&C » en lettres stylées. Ces factures ont trait à la livraison de toutes sortes de bijoux à différents bijoutiers, pendant la période pertinente. Les montants varient entre 850 euros et 7909 euros.

39. Les pièces sous c. sont des magazines apparemment édités à tour de rôle par différents bijoutiers et conçus par Samo Media. Dans ces magazines se trouvent des publicités pour différents produits présentés sous la marque « R&C », tels que des bagues et des colliers ; en outre, l'on y trouve différents articles concernant l'opposant, ses bagues de la marque « R&C Diamond Limited Edition » et ses bagues et colliers de la marque « Joséphine By R&C Diamonds. Enfin, certains mannequins des photographies de mode publiées dans ces magazines portent des bagues de la marque « R&C ».

40. La marque « R&C » ne figure pas sur la liste de tarifs mentionnée sous d.

41. Les pièces mentionnées sous e. ne sont pas datées ; cependant, elles exposent clairement une gamme de produits joailliers tels que des bagues, bracelets, boucles d'oreilles et colliers, fabriqués par « R&C ».

42. Les produits mentionnés dans les copies de sites Internet consistent en des bagues, bracelets, boucles d'oreilles et colliers de la marque « R&C ».

43. Les pièces a., b., et c. concernent la période pertinente et peuvent, en l'espèce, servir à démontrer l'usage du droit invoqué.

44. Bien que les pièces sous e. ne soient pas datées, l'Office considère que ces pièces peuvent soutenir le contenu des autres pièces fournies couvrant la période pertinente. En effet, conformément à la Jurisprudence de la Cour de Justice de l'Union européenne, l'appréciation du caractère sérieux de l'usage au cours de la période pertinente peut, le cas échéant, tenir compte d'éventuelles circonstances (antérieures ou)¹ 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 (en ce sens, CJUE, ordonnance La Mer Technology, C-259/02, 27 janvier 2004). Il en est de même pour les copies des sites web des joailliers vendant les articles « R&B » (pièces mentionnées sous f.), bien qu'elles soient imprimées après la période pertinente.

¹ Nous ajoutons.

Conclusion

45. De l'ensemble des pièces introduites par l'opposant, l'Office conclut que l'opposant a démontré l'usage sérieux du droit invoqué pour les produits repris au registre.

A.2. Risque de confusion

46. Conformément à l'article 2.14, alinéa 1^{er}, 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 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.

47. 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* ».

48. 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


49. 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 (CJUE, arrêt Sabel, C-251/95, 11 novembre 1997, et arrêt Lloyd Schuhfabrik Meyer, précité).

50. 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 (arrêt Sabel, précité).

51. 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,

arrêt 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, arrêt Matratzen, T-6/01, 23 octobre 2002 et arrêt El Charcutero Artesano, T-242/06, 13 décembre 2007).

52. Les signes à comparer sont les suivants :

Opposition basée sur :	Opposition dirigée contre :
R & C	

Comparaison visuelle

53. Le droit invoqué est un signe verbal constitué des lettres « R » et « C » liées par une esperluette. Le dépôt contesté est un signe complexe en noir et blanc, constitué des lettres « R » et « C », imprimées en caractère gras et séparées par la représentation stylisée d'une guitare, le manche de l'instrument étant situé au niveau des deux lettres, la caisse en-dessous. Sur celle-ci figure un point blanc à la place de la rosace. Le tout est encadré par des lignes légèrement courbes à gauche et à droite du signe, et horizontales en haut et en bas.

54. 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, arrêt SELENIUM-ACE, T-312/03, 14 juillet 2005). En effet, le public n'analyse pas toujours les signes et les évoque généralement en utilisant l'élément verbal. En l'espèce, la représentation de la guitare, vu sa position et sa taille, occupe une place importante dans le signe contesté. Cependant, les lettres « R » et « C » sont facilement percevables par le public concerné et attire également l'attention vu leurs taille et position. L'esperluette du droit invoqué est un signe de ponctuation qui sera perçu comme un élément secondaire.

55. Les éléments verbaux du dépôt contesté du droit invoqué sont identiques.

56. Par conséquent, en dépit des différences graphiques existant entre les signes, l'Office estime que les signes se ressemblent sur le plan visuel.

Comparaison phonétique

57. 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, arrêt O Orsay, T-39/04, 14 février 2008 ; en ce sens également : TUE, arrêt BROTHERS by CAMPER, T-43/05, 30 novembre 2006).

58. Les éléments verbaux étant identiques, ils seront prononcés de manière identiques.

59. Par conséquent, l'Office conclut que les signes se ressemblent fortement sur le plan phonétique.

Comparaison conceptuelle

60. Aucun des signes n'a de signification spécifique. Une comparaison conceptuelle n'est donc pas pertinente.

Conclusion

61. Les signes se ressemblent sur le plan visuel ; au niveau phonétique ils se ressemblent fortement. Sur le plan conceptuel, une comparaison n'est pas pertinente.

Comparaison des produits et services

62. 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 services. Ces facteurs incluent, en particulier, leur nature, leur destination, leur usage ainsi que leur caractère concurrent ou complémentaire (CJUE, arrêt Canon, précité).

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

64. Les produits et services à comparer sont les suivants :

Opposition basée sur :	Opposition dirigée contre :
Kl 14 Brillantsieraden. <i>Cl 14 Bijoux de brillants</i>	Cl 14 Bijoux en métaux précieux.
	Cl 40 Traitement de métaux précieux.
	Cl 42 Conception de bijoux.
<i>NB : La liste des produits de cet enregistrement est en néerlandais. La traduction française est uniquement jointe afin de faciliter la lecture de cette décision.</i>	

Classe 14

65. Les produits *bijoux en métaux précieux* représentent une catégorie de produits très large qui peut comprendre les *bijoux de brillants* pour lesquels la marque antérieure est protégée. Ces produits sont donc identiques.

Classes 40 et 42

66. En règle générale, les services diffèrent par leur nature des produits. Dans le cas de produits, il s'agit de produits physiques pouvant être transmis et dans le cas de services, d'activités non tangibles prestées. La manière d'utilisation est également inhérente à ces différences. Des produits et services peuvent cependant être complémentaires, certains services ne pouvant en effet pas être prestés sans utiliser certains produits.

67. Dans ce contexte, il y a lieu de rappeler qu'il est uniquement question de complémentarité lorsque les produits et/ou services sont tellement liés que l'un ou l'autre des produits ou services est indispensable ou important pour l'usage de l'autre, de sorte que les consommateurs peuvent penser que la responsabilité de ces produits incombe à la même entreprise (voir en ce sens TUE, The O STORE, T-116/06, 24 septembre 2008).

68. Dans le cas présent, il est question d'une telle complémentarité. Un créateur de bijoux utilisera des métaux précieux pour créer son produit. Pour ce faire, il devra traiter les métaux précieux utilisés afin de les incorporer dans ses créations. Le *traitement de métaux précieux* (classe 40) et la *conception de bijoux* (classe 42) sont très importants, voir indispensables à la fabrication de bijoux. Ils sont donc complémentaires au sens de la jurisprudence européenne applicable (TUE, arrêts Sissi Rossi, T-169/03, 1er mars 2005 ; Pam Pluvial, T-364/05, 22 mars 2007 ; Pirañam, T-443/05, 11 juillet). Ces produits et services doivent donc être considérés comme similaires en raison de leur complémentarité.

Conclusion

69. Les produits et services du signe contesté sont en partie identiques, en partie similaires aux produits du droit invoqué.

A.3. Appréciation globale

70. 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.

71. 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).

72. 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). En ce qui concerne les produits en classe 14 des signes en cause, l'Office relève qu'il s'agit de bijoux qui sont destinés au consommateur moyen ; cependant, étant donné le fait qu'il est question, pour le droit invoqué, de bijoux très coûteux (les bijoux de brillants), le niveau d'attention du public sera plus élevé que le niveau normal. Le public pertinent des services en classes 40 et 41 sera plutôt composé de professionnels, qui auront un niveau d'attention plus élevé que le niveau normal.

73. 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). En l'espèce, le droit invoqué n'ayant aucune signification en relation avec les produits revendiqués, l'Office conclut que celui-ci jouit d'un pouvoir distinctif normal.

74. Au vu du degré de ressemblance des signes et de l'identité voire de la similarité des produits et services en cause, l'Office est d'avis que le public pourrait croire que ces produits et services proviennent de la même entreprise ou d'entreprises liées économiquement et ce, même si le niveau d'attention du public était plus élevé que la normale.

B. Autres facteurs

75. Le défendeur expose le contexte du dépôt du signe contesté. Cependant, ces arguments n'interviennent pas dans le droit des marques et ne peuvent donc jouer de rôle dans la présente procédure. De plus, ils ne sont pas pertinents dans une procédure d'opposition puisque l'Office doit baser son appréciation du risque de confusion sur le droit invoqué et le signe contesté tels que repris dans le registre. Dès lors on ne peut prendre en compte dans la procédure en question les circonstances indiquées par le défendeur, telles que l'avis de la Monnaie Royale de Belgique (voir point 21), le fait qu'il soit guitariste (voir point 22) et ses intentions quant à l'utilisation d'un poinçon de joaillerie (voir points 22 et 23).

76. Le défendeur se réserve le droit de développer une argumentation ampliative après réception des preuves d'usage (voir point 24). En effet, lors de sa réaction aux preuves d'usage, le défendeur a introduit des arguments complémentaires (voir point 29). L'Office rappelle que l'article 2.16 alinéa 1^{er} CBPI traite une opposition en respectant le principe du contradictoire et conformément au RE. La règle 1.17 du RE énonce clairement le moment où chaque partie a la possibilité de soumettre ses arguments au cours de la procédure : l'opposant ainsi que le défendeur ont la possibilité d'introduire leurs arguments une seule fois. La faculté pour les parties de soumettre des arguments complémentaires ultérieurement au dépôt de ses arguments principaux n'est pas prévue par le RE, sauf si l'Office considère que cela se justifie, ce qui n'est pas le cas en l'occurrence. Force est de constater que le défendeur n'a nullement motivé la nécessité de l'introduction d'arguments supplémentaires, qui n'avaient pas déjà pu être abordés dans les arguments principaux. En application de la règle précitée, l'Office estime donc qu'il ne peut pas prendre en compte ces arguments complémentaires, qui ne sont d'ailleurs pas pertinents.

77. En ce qui concerne l'argument du défendeur relatif à l'utilisation par un nombre considérable de sociétés des lettres « R » et « C » dans le secteur de la bijouterie (voir point 27), il convient de rappeler qu'il n'est certes pas entièrement exclu que, dans certains cas, la coexistence de marques antérieures sur le marché puisse éventuellement amoindrir le risque de confusion constaté entre deux marques en conflit. Cependant, une telle éventualité ne saurait être prise en considération que si, à tout le moins, au cours de la procédure, le défendeur a dûment démontré que ladite coexistence reposait sur l'absence d'un risque de confusion, dans l'esprit du public pertinent, entre les marques antérieures dont il se prévaut et la marque antérieure de l'opposant qui fonde l'opposition et sous réserve que les marques antérieures en cause et les marques en conflit soient identiques (TUE, arrêt

Top iX, T-57/06, 7 novembre 2007 et arrêt LIFE BLOG, T-460/07, 20 janvier 2010). Dans le cas qui nous occupe, il n'a nullement été démontré que ces deux conditions ont été remplies.

78. Suite à la requête de l'opposant (voir point 20) ainsi que du défendeur (voir point 28) concernant les frais de la procédure d'opposition, l'Office souligne que les dispositions concernant le renvoi au paiement des frais sont reprises dans le règlement d'exécution. Dans le cadre de la procédure d'opposition, il n'est pas question de condamnation de la partie perdante au paiement des frais encourus par l'autre partie. La procédure prévoit uniquement une condamnation aux dépens, conformément à l'article 2.16, alinéa 5 et à la règle 1.32, alinéa 3 du règlement d'exécution.

C. Conclusion

79. Sur base de ce qui précède, l'Office est d'avis que le public pertinent peut croire que les produits et services proviennent de la même entreprise ou d'entreprises liées économiquement. L'Office estime donc qu'il existe un risque de confusion.

IV. CONSÉQUENCE

80. L'opposition numéro 2006472 est justifiée.

81. Le dépôt Benelux 93643 n'est pas enregistré.

82. 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, à lire en lien avec la règle 1.32 RE. La présente décision forme titre exécutoire en vertu de l'article 2.16, alinéa 5, CBPI.

La Haye, le 31 mai 2013

Cocky Vermeulen
(rapporteur)

Willy Neys

Pieter Veeze

Agent chargé du suivi administratif : Dominique Bos