



**OFFICE BENELUX DE LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE**

**DÉCISION en matière d'OPPOSITION**

**N° 2008119**

**du 17 avril 2018**

**Opposant :** **MARIUS MOREL FRANCE SAS**  
117 route des Buclets  
39400 Morbier  
France

**Mandataire :** **Marius Schneider Avocat - Advocaat**  
Rue Defacqzstraat 78  
1060 Bruxelles  
Belgique

**Droit invoqué :** **REBEL** (enregistrement international 687059)

*contre*

**Défendeur :** **CONSOLIDATED ARTISTS BV**  
Lijnbaan 68  
3012 EP Rotterdam  
Pays-Bas

**Mandataire :** **CABINET DEGRET**  
24, Place du Général Catroux  
75017 Paris  
France

**Signe contesté :**

**REBELS**  
BY MANGO

(enregistrement accéléré Benelux 926175)

## I. FAITS ET PROCÉDURE

### A. Faits

1. Le 3 septembre 2012, le défendeur a introduit, pour distinguer des produits et services en classes 3, 9,

The logo consists of the word 'REBELS' in a large, bold, black, hand-drawn style font. Below it, the words 'BY MANGO' are written in a smaller, black, sans-serif font.

14, 18, 25 et 35 le dépôt Benelux de la marque semi-figurative . 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 926175 et a été publié le 26 septembre 2012. Au cours de la procédure, le défendeur a fait notifier une limitation de la liste des produits et services par radiation d'une partie des produits en classe 9.

2. Le 21 novembre 2012, l'opposant a introduit une opposition contre ledit enregistrement accéléré. L'opposition est basée sur l'enregistrement international 687059, désignant entre autres le Benelux, de la marque verbale **REBEL**, introduite le 15 janvier 1998 et enregistrée le 8 avril 1998 pour des produits en classe 9.

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

4. L'opposition est introduite contre une partie des produits en classe 9 du signe contesté et est basée sur tous les produits du droit invoqué.

5. Les motifs de l'opposition sont ceux consignés à l'article 2.14, alinéa 1<sup>er</sup>, sous a, CBPI.

6. La langue de la procédure est le français.

### B. Déroulement de la procédure

7. L'opposition est recevable et les parties en ont été informées par un courrier en date du 29 novembre 2012. Au cours de la phase administrative de la procédure, les parties ont introduit leurs arguments et à la requête du défendeur, l'opposant a fourni des preuves d'usage. Tous les documents fournis satisfont aux exigences de la CBPI et du règlement d'exécution (ci-après : « RE ») y relatives. La phase administrative de la procédure a été clôturée le 4 novembre 2013.

## II. MOYENS DES PARTIES

8. 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 Benelux de la propriété intellectuelle (ci-après : « l'Office »), conformément aux dispositions de l'article 2.3, sous b, CBPI : risque de confusion en raison de la ressemblance ou de l'identité des signes concernés et de l'identité ou de la similitude des produits ou services en question.

### A. Arguments de l'opposant

9. L'opposant explique que son entreprise incarne le savoir-faire de la lunetterie française depuis plus de 130 ans et qu'elle a développé ses marques dans le monde entier depuis plusieurs décennies déjà.

10. L'opposant a pris note de la limitation des produits du signe contesté, mais fait valoir que les produits restants dans cette classe restent problématiques pour lui.

11. Selon l'opposant, il est évident que l'élément distinctif du signe contesté réside dans le mot REBELS, clairement mis en évidence dans ce signe figuratif, notamment par sa position et la typographie utilisées. L'adjonction du terme BY MANGO renvoie à une autre marque et est de taille tellement inférieure qu'elle ne constitue pas un élément distinctif annihilant le caractère similaire, voire quasi-identique des deux signes. En outre, cet ajout peut faire penser au consommateur que les deux signes sont issus d'un partenariat du genre *co-branding* ou que le signe contesté est une déclinaison du droit invoqué. L'opposant estime dès lors que la comparaison doit être effectuée sur la base de cet élément primordial, à savoir entre REBEL et REBELS.

12. Sur le plan phonétique, les signes sont quasiment identiques, selon l'opposant. Les mots REBEL et REBELS seront prononcés dans tous les pays du Benelux de manière très semblable, tout en tenant compte du fait que bon nombre de personnes feront abstraction de la distinction entre singulier et pluriel.

13. L'opposant constate que les cinq premières lettres des signes coïncident parfaitement. Selon lui, le consommateur moyen va évaluer l'ensemble sans s'arrêter à une différence minime portant sur une seule lettre, qui ne sera pas de nature à exclure une ressemblance visuelle, d'autant plus que les signes ont la même structure générale.

14. En ce qui concerne la ressemblance conceptuelle, elle est immédiatement acquise, s'agissant d'un mot d'origine anglophone, de surcroît très proche de son pendant francophone (« rebelle »). En outre, ce mot ne présente aucun lien direct avec les produits pour lesquels la protection est revendiquée, et est par conséquent très distinctif, ce qui renforce la similarité avec le signe contesté.

15. L'opposant en conclut que les signes se ressemblent fortement tant sur les plans phonétique que visuel et conceptuel.

16. La renonciation du défendeur à une partie des produits en classe 9 ne satisfait nullement l'opposant, qui maintient par conséquent son opposition, réduite aux produits restants contre lesquels l'opposition était dirigée initialement et qui sont selon lui strictement identiques aux produits du droit invoqué.

17. L'opposant souligne l'interdépendance entre la similitude des marques et celle des produits désignés, les derniers étant identiques dans le cas présent.

18. À la requête du défendeur, l'opposant a introduit des preuves d'usage du droit invoqué.

19. Au vu de ce qui précède, l'opposant conclut à un sérieux risque de confusion. Pour cette raison, il demande à l'Office de radier le signe contesté pour les produits contre lesquels l'opposition est dirigée.

## **B. Réaction du défendeur**

20. Le défendeur a d'abord demandé des preuves d'usage du droit invoqué.

21. Selon le défendeur, les pièces fournies par l'opposant ne suffisent pas à démontrer l'usage sérieux du droit invoqué. Quelques documents ne datent pas de la période à prendre en considération, d'autres ne comportent pas de date et d'autres encore n'ont pas trait au Benelux. En ce qui concerne les factures, le défendeur fait remarquer qu'il est impossible de déterminer les produits auxquels chaque référence se rattache. En outre, les quantités vendues sont insignifiantes ou faibles et ne permettent pas valablement de qualifier l'usage du droit invoqué comme sérieux.

22. Si par extraordinaire l'Office considérait que le droit invoqué a été sérieusement exploité au Benelux en relation avec les produits invoqués, le défendeur est d'avis que l'opposition en elle-même ne peut être reconnue justifiée.

23. Visuellement, les signes sont distincts parce que le droit invoqué est composé d'un seul mot alors que le signe contesté en contient trois. De plus, le signe contesté est présenté sur deux lignes, ce qui lui confère une apparence différente de celle du droit invoqué. Enfin, la police particulière du signe contesté contribue à apporter des différences visuelles substantielles entre les signes.

24. Phonétiquement, les signes ont une sonorité et un rythme différents, le droit invoqué étant composé de deux syllabes, tandis que le signe contesté en comporte cinq. En outre, au sein du signe contesté, le S de REBELS sera prononcé, vu que le terme « by » tend à conférer une prononciation à l'anglaise du signe.

25. Conceptuellement, le défendeur fait remarquer que la présence des termes « by MANGO » permet de clairement différencier les deux signes. En effet, la marque MANGO étant notoire, elle sera immédiatement identifiée par les consommateurs qui associeront directement le signe contesté à cette marque.

26. Les signes étant différents, le défendeur estime qu'il n'y a pas lieu d'examiner les produits.

27. Le défendeur conclut qu'il n'y aura pas de risque de confusion quant à l'origine des produits concernés et que le public pertinent n'associera même pas le signe contesté à la marque de l'opposant. Pour ces raisons, il demande à l'Office de rejeter la présente opposition et de confirmer l'enregistrement du signe contesté.

### III. DÉCISION

#### A.1 Preuves d'usage

28. Conformément aux dispositions de l'article 2.16, alinéa 3, sous a CBPI rapproché de l'article 2.26, alinéa 2, sous a CBPI et de la règle 1.29 du règlement d'exécution (ci-après « RE »), la marque doit faire l'objet d'un usage normal sur le territoire Benelux pendant une période de cinq années précédant la date de publication du dépôt contre lequel l'opposition est dirigée.

29. La requête concernant l'introduction des preuves d'usage est fondée vu que le droit invoqué a été inscrit plus de cinq années avant la publication de la demande.

30. Le signe contesté a été publié le 26 septembre 2012. La période d'usage pertinente court donc du 26 septembre 2007 au 26 septembre 2012.

31. 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.

#### ***Appréciation des preuves d'usage introduites :***

32. L'opposant a fourni les documents suivants comme preuves de l'usage sérieux de son droit invoqué :

- 1) Imprimés de quelques pages du site web de l'opposant ;
- 2) Des catalogues ;
- 3) Imprimés de catalogues en ligne ;

4) Des factures.

33. Les pages du site web de l'opposant montrent des lunettes portant la marque REBEL, mais elles ne sont pas datées, elles ne mentionnent aucun lieu ou pays et elles ne contiennent aucune information concernant les chiffres de vente. Ces documents ne comprennent donc pas d'indications sur le lieu, la date, la durée, l'importance et la nature de l'usage du droit invoqué.

34. Les catalogues concernent les années 2008, 2009 et 2011, c'est-à-dire une partie de la période pertinente. Les catalogues sont rédigés en français, en anglais, en allemand et en espagnol et ils sont adressés aux opticiens (« Pour vous, opticien,... »). Ils montrent des lunettes de vue, des lunettes de soleil et des étuis de lunettes avec la marque REBEL, mais ils ne donnent pas d'information concernant la présence de la marque sur le marché ni les lieux où elle serait utilisée.

35. Les catalogues en ligne sont une actualisation des catalogues imprimés et n'offrent pas plus d'information que ces derniers.

36. Les factures concernent les années 2006 et 2008-2013, c'est-à-dire la majeure partie de la période pertinente (seules celles de 2006 et 2013 sont hors la période pertinente). Toutes les factures sont adressées à deux destinataires (l'un en Belgique, l'autre aux Pays-Bas), des détaillants selon l'opposant. Le défendeur avance que les produits auxquels réfèrent les factures ne peuvent pas être déterminés (voir point 21). Pourtant, l'opposant a indiqué les produits pertinents sur les factures; il s'agit de lunettes de vue, de lunettes de soleil et d'étuis pour lunettes. Selon le défendeur, les quantités vendues (pour un montant total d'environ € 18.000) sont insignifiantes ou faibles et ne permettent pas valablement de qualifier de sérieux l'usage du droit invoqué (voir point 21).

37. Dans ce rapport, il convient de rappeler qu'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 (CJUE, Ansul, C-40/01, 11 mars 2003, ECLI:EU:C:2003:145). 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 aussi TUE, Silk Cocoon, T-174/01, 12 mars 2003, ECLI:EU:T:2003:68, Vitafruit, T-203/02, 8 juillet 2004, ECLI:EU:T:2004:225 et Charlott, T-169/06, 9 novembre 2007, ECLI:EU:T:2007:337).

38. Le Tribunal a précisé qu'il n'était 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, ECLI:EU:T:2004:223 et Sonia Sonia Rykiel, T-131/06, 30 avril 2008, ECLI:EU:T:2008:135). 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, Vitafruit, déjà cité).

39. Il est vrai, comme a signalé le défendeur, que les quantités vendues sont basses : 856 lunettes et 705 étuis au cours de cinq années. Cependant, les factures couvrent toute la période pertinente et démontrent dès lors qu'il a été question d'un usage constant ou tout au moins périodique. Pour cette raison, et en examinant ces factures en relation avec les autres pièces, l'Office estime que l'usage n'est pas seulement symbolique et que les pièces suffisent à démontrer l'usage sérieux du droit invoqué.

### *Conclusion*

40. L'Office estime que l'ensemble des pièces fournies démontre que l'usage du droit invoqué n'a pas été purement symbolique, ayant pour seul objet le maintien des droits conférés par la marque et qu'il est donc question d'un usage réel pour les produits *lunettes*, *lunettes de soleil* et *étuis pour lunettes*. Par conséquent, conformément à la règle 1.17, 1<sup>ière</sup> alinéa, sous e, RE, la décision de l'Offices doit être basée sur ces produits uniquement.

### **A.2 Risque de confusion**

41. Conformément à l'article 2.14, alinéa 1er, 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 la sienne, conformément aux dispositions de l'article 2.3, sous a et b, CBPI.

42. L'article 2.3, sous a et b, CBPI, stipule : « 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 ».

43. 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, ECLI:EU:C:1998:442; Lloyd Schuhfabrik Meyer, C-342/97, 22 juin 1999, ECLI:EU:C:1999:323; 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, ECLI:NL:HR:2003:AK4818; Bruxelles, N-20060227-1, 27 février 2006).

### **Comparaison des signes**


44. 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.

45. 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'en 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, arrêt Sabel, C-251/95, 11 novembre 1997, ECLI:EU:C:1997:528).

46. 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 (CJCE, Limonchello, C-

334/05 P, 12 juin 2007, ECLI:EU:C:2007:333). 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, ECLI:EU:T:2002:261 et El Charcutero Artesano, T-242/06, 13 décembre 2007, ECLI:EU:T:2007:391).

47. Les signes à comparer sont les suivants :

Opposition basée sur :	Opposition dirigée contre :
REBEL	

#### *Comparaison visuelle*

48. Le droit invoqué est une marque purement verbale, consistant d'un mot de cinq lettres. Le signe contesté est une marque semi-figurative, consistant d'un mot de six grandes lettres noires en caractères gras et dans une police fantaisiste. Au-dessous de ce mot figurent, en plus petites lettres, les mots « by MANGO ».

49. Dans les signes composés, l'élément verbal a souvent un impact plus grand sur le consommateur que l'élément figuratif. La raison en est que le public n'analyse pas toujours les signes et évoque souvent le signe en utilisant l'élément verbal (voir en ce sens TUE, SELENIUM-ACE, T-312/03, 14 juillet 2005, ECLI:EU:T:2005:289). Il n'en va pas autrement dans le cas qui nous occupe. Les seuls éléments figuratifs du signe contesté consistent en la représentation des lettres fantaisistes, ce qui sera considéré par le consommateur comme étant un élément de décoration. En effet, une représentation graphique qui consiste en la reproduction en caractères d'imprimerie, plutôt banals et ordinaires, ne permettra pas au consommateur de détourner son attention sur des éléments figuratifs autres que les lettres qui la constituent (voir en ce sens TUE, Dieselit, T-186/02, 30 juin 2004, ECLI:EU:T:2004:197 et Amplitude, T-9/05, 15 janvier 2008, ECLI:EU:T:2008:8).

50. Le droit antérieur est intégralement repris dans le signe contesté, dont le premier mot en forme le pluriel par l'ajout de la lettre S. Ce mot est incontestablement l'élément dominant dans ce signe, de par sa position et sa taille. Les autres mots, qui figurent tout en bas du signe, sont beaucoup plus petits.

51. Le consommateur attache normalement plus d'importance à la partie initiale des signes (TUE, arrêt Mundicor, T-183/02 et T-184/02, 17 mars 2004, ECLI:EU:T:2004:79). Dans le cas présent, les cinq premières lettres du signe contesté sont identiques au droit invoqué. La seule différence entre la marque et l'élément dominant du signe réside en l'ajout de la lettre S, ce qui est largement insuffisant pour annihiler la ressemblance visuelle des signes dans leur impression d'ensemble.

52. Les signes se ressemblent sur le plan visuel.

#### *Comparaison phonétique*

53. En ce qui concerne la comparaison sur le plan phonétique, il convient de rappeler que, au sens strict, la reproduction phonétique d'un signe complexe correspond à celle de tous ses éléments verbaux, indépendamment de leurs spécificités graphiques, qui relèvent plutôt de l'analyse du signe sur le plan visuel (voir TUE, PC WORKS, T-352/02, 25 mai 2005, ECLI:EU:T:2005:176 et Thai Silk, T-361/08, 21 avril 2010, ECLI:EU:T:2010:152).

54. La prononciation du droit invoqué est presque identique à celle de l'élément dominant du signe contesté. En raison de la taille réduite des éléments BY MANGO par rapport à l'élément dominant, il est fort probable que ces termes seront omis lors de la prononciation du signe contesté et que partant, la référence à la marque se fera par le sigle REBELS. De plus, il convient de relever à cet égard, qu'une marque qui comprend plusieurs termes sera, en effet, généralement abrégée oralement en quelque chose de plus facile à prononcer (voir TUE, arrêt Brothers by Camper, T-43/05, 30 novembre 2006, ECLI:EU:T:2006:370 et arrêt Green by Missako, T-162/08, 11 novembre 2009, ECLI:EU:T:2009:432).

55. Sur le plan phonétique, les signes se ressemblent.

*Comparaison conceptuelle*

56. Le droit invoqué est un nom, adjectif et verbe anglais et un nom néerlandais, signifiant « rebelle, se rebeller ». Le signe contesté est le pluriel du nom anglais ou l'adjectif en néerlandais et a donc la même signification que le droit invoqué.

57. Conceptuellement, les signes sont identiques.

*Conclusion*

58. Les signes se ressemblent sur les plans visuel et phonétique. Sur le plan conceptuel ils sont identiques.

**Comparaison des produits**

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

60. Lors de la comparaison des produits du droit invoqué à ceux contre lesquels l'opposition est dirigée, sont respectivement considérés, ceux tels que formulés au registre et pour lesquels l'usage a été démontré et les produits tels qu'indiqués dans la demande de marque.

61. Ci-dessus, on a constaté que l'usage réel du droit invoqué n'a été démontré que pour une partie des produits. Les produits à comparer sont dès lors les suivants :

Opposition basée sur :	Opposition dirigée contre :
Classe 9 Lunettes, lunettes de soleil et étuis pour lunettes.	Class 9 Lunettes de soleil, lunettes de sport; montures (châsses) de lunettes et de lunettes de



	soleil; étuis à lunettes et à lunettes de soleil.
--	---

62. Les produits *lunettes de soleil* apparaissent dans les deux listes de produits et sont donc identiques.
63. Les produits *étuis à lunettes et à lunettes de soleil* du signe contesté sont identiques aux produits *étuis pour lunettes* du droit invoqué.
64. Les produits *lunettes de sport* du signe contesté appartiennent à la catégorie plus générale des *lunettes* et des *lunettes de soleil* du droit invoqué et sont dès lors identiques à ceux-ci. En effet, lorsque les produits visés par la marque antérieure incluent les produits visés par la demande de marque, ces produits sont considérés comme identiques (voir, en ce sens, arrêts du TUE, *Fifties*, T-104/01, 23 octobre 2002, ECLI:EU:T:2002:262 et *Arthur et Félicie*, T-346/04, 24 novembre 2005, ECLI:EU:T:2005:420).
65. Les produits *montures (châsses) de lunettes et de lunettes de soleil* du signe contesté sont fortement similaires aux produits *lunettes et lunettes de soleil* du droit invoqué. En effet, ces produits sont indissolublement liés, étant donné que les verres (correcteurs ou non) sont enchâssés dans une monture, placée devant les yeux, reposant sur le nez et tenant par les branches (Le Petit Robert).

#### Conclusion

66. Les produits contre lesquels l'opposition est dirigée sont en partie identiques et en partie (fortement) similaires à ceux sur lesquels l'opposition est basée.

### A.3 Appréciation globale

67. 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.
68. Le consommateur moyen est censé être normalement informé et raisonnablement attentif et avisé. Le niveau d'attention du consommateur moyen est susceptible de varier en fonction de la catégorie de produits ou services en cause (arrêt *Lloyd Schuhfabrik Meyer*, déjà cité). En l'espèce, il s'agit de produits destinés au grand public et pour lesquels il n'y a pas lieu de retenir un niveau d'attention plus élevé.
69. 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 ressemblance entre les marques, et inversement (arrêts *Canon* et *Lloyd Schuhfabrik Meyer*, déjà cités). Dans le cas précis, les produits concernés sont identiques ou bien fortement similaires.
70. 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 (CJUE, arrêts *Canon*, *Sabel* et *Lloyd Schuhfabrik Meyer*, tous déjà cités). Le droit invoqué a intrinsèquement un caractère distinctif normal vu qu'il ne décrit aucune des caractéristiques des produits en question.

71. La marque et le signe sont ressemblants sur les plans visuel et phonétique, tandis qu'ils sont conceptuellement identiques. Les produits concernés sont en partie identiques et en partie fortement similaires. Pour ces motifs, et vu leur corrélation, l'Office est d'avis que le public pourrait croire que ces produits proviennent de la même entreprise ou d'entreprises liées économiquement.

## **B. Conclusion**

72. L'Office est d'avis qu'il existe un risque de confusion.

## **IV. CONSÉQUENCE**

73. L'opposition numéro 2008119 est justifiée.

74. L'enregistrement accéléré Benelux 926175 est radié pour tous les produits contre lesquels l'opposition est dirigée, à savoir :

Classe 9 Lunettes de soleil, lunettes de sport; montures (châsses) de lunettes et de lunettes de soleil; étuis à lunettes et à lunettes de soleil.

75. L'enregistrement accéléré Benelux 926175 reste enregistré pour les produits et services contre lesquels l'opposition n'est pas dirigée, à savoir :

Classe 3 Tous les produits.

Classe 9 Caméras vidéo; appareils et instruments scientifiques (autres qu'à usage médical), nautiques, géodésiques, photographiques, cinématographiques, de pesage, de mesurage, de signalisation, de contrôle (inspection), de secours (sauvetage) et d'enseignement; appareils pour l'enregistrement, la transmission, la reproduction du son ou des images; caméras (appareils cinématographiques); caméras vidéo; écrans (photographie); écrans de projection; écrans fluorescents; écrans vidéo; moniteurs (matériel); appareils de radio, y compris pour véhicules; récepteurs (audio, vidéo); appareils de télévision; magnétoscopes; lecteurs de cassettes; lecteurs de disques compacts; lecteurs (informatique); lecteurs DVD; lecteurs optiques; agendas électroniques; calculatrices de poche; traducteurs électroniques de poche; appareils de navigation par satellite; appareils de navigation pour véhicules (ordinateurs de bord); batteries électriques; piles électriques; cartes magnétiques; cartes à mémoire à microprocesseur; disques compacts (audio-vidéo), disques optiques, disques optiques compacts; disques compacts à mémoire morte et disques compacts interactifs; supports de données magnétiques et optiques; appareils d'enseignement audiovisuels; matériel d'instruction ou d'enseignement sous forme de cédéroms; logiciels (programmes enregistrés); logiciels téléchargeables; publications électroniques téléchargeables; films cinématographiques impressionnés; appareils de projection de diapositives; diapositives; appareils et équipements pour le traitement de l'information; ordinateurs; périphériques d'ordinateurs; mémoires pour ordinateurs; modems; distributeurs automatiques et mécanismes pour appareils à prépaiement; caisses enregistreuses; machines à calculer; vêtements et chaussures de protection contre les accidents, les irradiations et le feu; casques et masques de protection; combinaisons, costumes, gants et masques de plongée; lanternes magiques; automates à musique à prépaiement; baladeurs; casques à écouteurs; talkies-walkies; appareils téléphoniques; téléphones, y compris les téléphones portables; étuis de transport pour téléphones portables; étuis pour téléphones portables; chargeurs de batteries de téléphones portables; chargeurs de batteries de téléphones portables pour véhicules; housses de

téléphones portables; téléphones portables comportant des touches et numéros de grande taille destinés à aider les personnes ayant des problèmes de vision ou de dextérité; logiciels d'application pour téléphones portables; logiciels conçus pour permettre la transmission de photographies vers des téléphones portables; dispositifs mains libres pour téléphones portables; téléphones cellulaires numériques; kits mains-libres pour téléphones; claviers pour téléphones portables; ordinateurs portables; cordons pour téléphones portables; appareils de téléappel radio; visiophones; répondeurs téléphoniques; nécessaires mains libres pour téléphones; écouteurs téléphoniques; haut-parleurs et boîtiers de haut-parleurs; appareils pour le divertissement conçus pour être utilisés avec un écran d'affichage indépendant ou un moniteur; appareils pour jeux conçus pour être utilisés avec un écran d'affichage indépendant ou un moniteur; télécopieurs.

Classe 14 Tous les produits.

Classe 18 Tous les produits.

Classe 25 Tous les produits.

Classe 35 Tous les services.

76. L'opposition étant justifiée, le défendeur est redevable d'un montant de 1.030 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, alinéa 3 RE. Cette décision forme titre exécutoire en vertu de l'article 2.16, alinéa 5 CBPI.

La Haye, le 17 avril 2018

Willy Neys,  
rapporteur

Tineke Van Hoey

Tomas Westenbroek

Agent chargé du suivi administratif : Gerda Veltman