

OFFICE BENELUX DE LA PROPRIETE INTELLECTUELLE

DECISION en matière d'OPPOSITION

N° 2008332

du 14 juin 2016

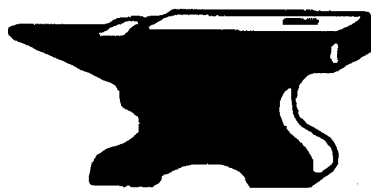
Opposant : **Gildan Activewear SRL**
Newton
Christ Church BB 17047
Barbados

Mandataire : **Landmark B.V.**
Drentsestraat 4
3812 EH Amersfoort
Pays-Bas

Marque invoquée 1 : **Enregistrement européen 2290559**



Marque invoquée 2 : **Enregistrement européen 1742766**



Marque invoquée 3 : **Enregistrement européen 10837541**

anvil
ORGANIC

contre

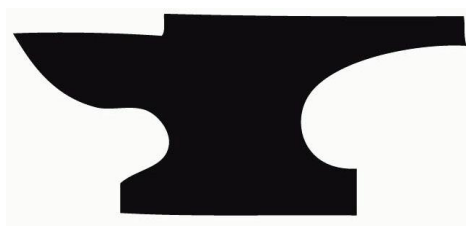
Défendeur : **CONSOLIDATED ARTISTS B.V.**

Lijnbaan 68
3012 EP Rotterdam
Pays-Bas

Mandataire : **CABINET DEGRET**

Place du Général Catroux 24
75017 Paris
France

Marque contestée : **Dépôt Benelux 1254669**



I. FAITS ET PROCEDURE

A. Faits

1. Le 18 septembre 2012, le défendeur a procédé au dépôt Benelux de la marque figurative



pour distinguer des produits en classes 3, 9, 14, 18 et 25. Ce dépôt a été mis à l'examen sous le numéro 1254669 et a été publié le 1^{er} novembre 2012.

2. Le 24 janvier 2013, l'opposant a introduit une opposition contre l'enregistrement de ce dépôt. L'opposition est basée sur les marques antérieures suivantes :

- enregistrement européen 2290559, déposé le 6 juillet 2001 et enregistré le 2 octobre 2002 pour des produits en classe 25 de la marque figurative suivante :



- enregistrement européen 1742766, déposé le 6 juillet 2000 et enregistré le 9 octobre 2001 pour des produits en classe 18 de la marque figurative suivante :



- enregistrement européen 10837541, déposé le 25 avril 2012 et enregistré le 19 septembre 2012 pour des produits en classes 18 et 25 de la marque complexe suivante :



3. Les droits invoqués de l'opposant ont été cédés à Gildan Activewear SRL. Gildan Activewear SRL est subrogé aux droits d'Anvil Knitwear Inc., déposant de l'opposition. La cession a été enregistrée par l'Office de l'Union Européenne pour la Propriété Intellectuelle (ci-après « EUIPO »). L'opposant est, par conséquent, le titulaire des droits invoqués, à savoir les enregistrements européens, comme il apparaît dans le registre.

4. L'opposition est introduite contre une partie des produits en classe 18 et contre tous les produits en classe 25 du signe contesté et est basée sur tous les produits des droits invoqués.

5. Les motifs de l'opposition sont ceux consignés à l'article 2.14, alinéa 1^{er}, sous a de la Convention Benelux de la Propriété Intellectuelle (ci-après « CBPI »).

6. La langue de la procédure est le français.

B. Déroulement de la procédure

7. L'opposition est recevable et la notification relative à la recevabilité a été adressée aux parties le 28 janvier 2013. 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. De plus, la procédure a été suspendue plusieurs fois sur demande des parties. La phase administrative de la procédure a été clôturée le 17 octobre 2014.

II. MOYENS DES PARTIES

8. L'opposant a introduit, en application de l'article 2.14, alinéa 1^{er}, 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 l'identité ou de la ressemblance des signes concernés et de l'identité ou de la similitude des produits et services en question.

A. Arguments de l'opposant

9. L'opposant établit que les droits figuratifs invoqués et le signe contesté se ressemblent fortement sur le plan visuel, lesdits signes étant tous composés de la représentation d'une enclume. Les signes se ressemblent également phonétiquement. Comme les droits figuratifs invoqués, ainsi que le signe contesté montrent l'image d'une enclume, le public pertinent y fera référence en les désignant comme les marques « enclume ». À cause de la représentation d'une enclume dans les droits figuratifs invoqués et de la présence du mot « anvil », signifiant « enclume », dans le droit complexe invoqué, il y aura également une ressemblance sur le plan conceptuel vu que le signe contesté est également la représentation d'une enclume.

10. De plus, l'opposant fait valoir que les marques invoquées ont un caractère distinctif élevé. La raison en est que le mot anvil (enclume) n'est pas descriptif pour les produits pour lesquels les droits invoqués ont été déposés.

11. En ce qui concerne la comparaison des produits, l'opposant considère que les produits en classe 18 du signe contesté sont tous inclus dans la classification plus générale en classe 18 des marques invoquées « sacs » ou « bagages ». Les produits en classe 25 du signe contesté sont tous inclus dans la classification plus générale en classe 25 des marques invoquées « vêtements, chaussures, chapellerie ».

12. L'opposant conclut qu'il existe une identité, ou au moins une grande similarité entre le signe contesté et les marques invoquées d'un point de vue visuel, phonétique et conceptuel. Les produits en cause sont identiques ou au moins très similaires. Par conséquent, l'usage du signe contesté créera un risque de confusion auprès du public pertinent. L'opposant demande donc à l'Office d'accepter

l'opposition, de refuser l'enregistrement du signe contesté et d'allouer une compensation des frais à l'opposant.

13. Suite à la demande du défendeur, l'opposant a introduit des preuves d'usage.

B. Réaction du défendeur

14. Le défendeur fait d'abord remarquer que l'opposition doit être déclarée irrecevable parce qu'elle a été introduite par une personne qui n'avait pas le droit de le faire.

15. En ce qui concerne les preuves d'usage produites par l'opposant, le défendeur fait valoir que l'usage des droits invoqués figuratifs n'a pas été démontré. Par conséquent, ces droits ne peuvent pas être pris en considération dans cette procédure d'opposition. La marque semi-figurative invoquée n'étant pas du tout similaire au signe contesté, l'opposition doit être rejetée dans son entièreté.

16. Le défendeur est d'avis qu'il n'existe pas de similarité visuelle, ni phonétique, ni conceptuelle entre la marque semi-figurative invoquée et le signe contesté. En ce qui concerne la comparaison des marques figuratives invoquées et le signe contesté, le défendeur considère, en faisant référence à plusieurs décisions de l'EUIPO, qu'ils sont différents. La raison en est que les signes ne peuvent pas être comparés phonétiquement, qu'ils présentent une certaine similarité conceptuelle limitée, qui n'a presque pas d'importance dans l'évaluation du risque de confusion, et qu'ils sont visuellement différents. De plus, le consommateur des produits de la mode s'est habitué à la commercialisation de ceux-ci sous une variété d'icônes / de marques figuratives, ayant souvent une nature identique ou similaire, mais étant représentées de manière différente. Par conséquent, d'après le défendeur, ce consommateur s'est habitué à observer ces icônes/marques en détail, à se souvenir de ces signes et de leurs différences et à distinguer ces représentations différentes du même objet, utilisées pour désigner les origines différentes des produits de la mode.

17. Le défendeur conclut que les preuves d'usage introduites par l'opposant sont irrecevables et pas crédibles. L'usage des marques figuratives n'étant pas démontré, l'opposition sur base de ces droits doit être refusée. De plus, si l'opposition n'est pas refusée pour cette raison, elle doit en tout cas l'être parce que les signes en cause ne sont pas suffisamment similaires pour créer un risque de confusion. Par conséquent, l'opposition doit être refusée entièrement, les frais doivent être payés par l'opposant et le signe contesté doit être enregistré.

III. DECISION

A.1. Recevabilité de l'opposition

18. En ce qui concerne l'argument du défendeur selon lequel l'opposition doit être déclarée irrecevable parce qu'elle a été introduite par une personne qui n'avait pas le droit de le faire (point 14), l'Office fait remarquer ce qui suit. Conformément à la règle 1.18, alinéa 1 RE l'opposition est recevable si elle est introduite dans le délai prévu à l'article 2.14, alinéa 1er, ou à l'article 2.18, alinéa 1er, CBPI, satisfait aux conditions visées à la règle 1.16, alinéa 1er, sous a à f, du présent règlement, et à l'article 2.14, alinéa 4, CBPI. La recevabilité de l'opposition étant établie suivant cette règle, elle ne peut pas

être renversée par des faits postérieurs. Par conséquent, une cession des droits invoqués ne remet pas en question la recevabilité de l'opposition. La raison en est que le nouveau titulaire subroge l'ancien titulaire dans ses droits (sauf, évidemment, si ce nouveau titulaire ne veut pas continuer l'opposition). En l'espèce, toutes ces conditions ont été satisfaites. Comme la législation ne prévoit pas de délai dans lequel les parties doivent informer l'Office de cette cession, l'ancien titulaire pouvait légitimement introduire cette opposition vu qu'il était encore enregistré comme titulaire au moment de l'introduction de l'opposition. Il ne peut donc être question d'irrecevabilité de cette opposition.

A.2. Preuves d'usage

19. 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.

20. Le dépôt contesté a été publié le 1^{er} novembre 2012. La période de cinq ans s'étend, dès lors, du 1^{er} novembre 2007 au 1^{er} novembre 2012.

21. Etant donné que l'enregistrement des droits invoqués purement figuratifs 2290559 et 1742766 est antérieur au 1^{er} novembre 2007, la demande de preuves d'usage pour ces deux droits est fondée.

22. « 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 ou services, à l'exclusion d'usage de caractère symbolique ayant pour seul objet le maintien des droits conférés par cette marque. L'appréciation du caractère sérieux de l'usage de la marque doit reposer sur l'ensemble des faits et des circonstances propres à établir la réalité de l'exploitation commerciale de celle-ci dans la vie des affaires, en particulier les usages considérés comme justifiés dans le secteur économique concerné pour maintenir ou créer des parts de marché au profit des produits ou des services protégés par la marque, la nature de ces produits ou de ces services, les caractéristiques du marché, l'étendue et la fréquence de l'usage de ladite marque. Lorsqu'il répond à une réelle justification commerciale, dans les conditions précitées, un usage même minime de la marque [...] peut être suffisant pour établir l'existence d'un caractère sérieux » (Ordonnance CJUE, La Mer Technology, C-259/02, 16 octobre 2003 ; voir également arrêt CJUE, Ansul, C-40/01, 11 mars 2003).

23. En outre, le Tribunal de l'UE a jugé que l'usage sérieux d'une marque ne peut pas être démontré par des probabilités ou de 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 Rykiel, déjà cité).

24. Les droits invoqués soumis à l'obligation d'usage sont des marques européennes (anciennement appelées « marques communautaires »), dont l'obligation d'usage est régie par l'article

15 du Règlement (CE) n° 207/2009 du Conseil du 26 février 2009 sur la marque de l'Union européenne (ci-après « RME »)¹.

25. Dans son arrêt du 19 décembre 2012 (C-149/11, Onel), la CJEU a expliqué plus précisément cette disposition. En ce qui concerne la notion « dans la Communauté », la Cour considère qu'il existe une différence entre l'étendue territoriale de la protection conférée aux marques nationales et celle de la protection accordée aux marques communautaires. En effet, une marque communautaire jouit d'une protection territoriale plus étendue qu'une marque nationale. De ce fait, il est certes justifié de s'attendre à ce qu'une marque communautaire fasse l'objet d'un usage sur un territoire plus vaste que celui d'un seul État membre pour que celui-ci puisse être qualifié d'« usage sérieux », sauf si le marché des produits ou des services concernés est, de fait, cantonné au territoire d'un seul État membre. Pour apprécier l'existence d'un « usage sérieux dans la Communauté », il convient de faire abstraction des frontières du territoire des États membres.

26. Conformément à la règle 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 faite de la marque antérieure pour les produits et services sur lesquels l'opposition est fondée.

Appréciation des preuves d'usage introduites par l'opposant

27. L'Office constate d'abord que seuls les droits antérieurs figuratifs 2290559 et 1742766 (ci-après désignés ensemble comme « la marque antérieure ») sont soumis à l'obligation d'usage.

28. A titre de preuves d'usage, l'opposant a introduit les pièces suivantes :

- 1) Déclaration par M. J. Cooper, Directeur adjoint du Marketing de l'opposant, expliquant les différents documents soumis en tant que preuves d'usage (pièce 1)
- 2) Trois photos montrant comment la marque antérieure de l'opposant est appliquée sur deux vêtements et un sac provenant de l'opposant (annexe a de la pièce 1)
- 3) Factures de ventes au Benelux et en Europe, couvrant les années 2009, 2010, 2011 et 2012 (annexe b de la pièce 1)
- 4) Catalogues de produits ANVIL 2009, 2011 et 2012 (annexes c de la pièce 1)

29. En ce qui concerne la déclaration de M. Cooper (pièce 1), l'Office rappelle d'abord que la valeur probante d'une déclaration est inférieure à celle des preuves indépendantes. Une déclaration peut être influencée par les intérêts particuliers de l'opposant. Cela ne signifie pas qu'elle n'aurait pas de valeur probante. Elle doit cependant être appréciée en combinaison avec d'autres preuves et à la lumière des circonstances du cas particulier. En général, il y aura donc besoin de preuves supplémentaires vu la valeur probante inférieure de cette déclaration (voir dans ce sens, TUE, Salvita, T-303/03, 7 juin 2005). L'Office constate que la déclaration est bien soutenue par des preuves

¹ Le RME a entretemps été modifié par le Règlement (UE) 2015/2424 du Parlement Européen et du Conseil du 16 décembre 2015. Le premier alinéa de l'article 15 n'a pas changé, sauf le remplacement des termes « Marque communautaire » et « Communauté » par « marque de l'Union Européenne » et « Union ».

supplémentaires, notamment ses annexes a, b et c. Il s'agit de photos, de factures et de catalogues des produits. La déclaration renvoie aux annexes a, b et c vu qu'elle sert à expliquer.

30. Les photos qui ont été soumises comme preuves d'usage (annexe a) sont deux photos de T-shirts et celle d'un sac. Les photos des T-shirts montrent seulement en détail l'étiquette dans le col. Sur cette étiquette se trouve la représentation de la marque antérieure. En ce qui concerne la photo du sac, on retrouve la représentation de ladite marque sur le devant du sac. Sur base de ces photos, l'Office ne peut cependant pas établir le lieu, la durée et l'importance de l'usage qui a été faite de la marque antérieure. Il n'est pas possible de vérifier si ces produits portant cette marque ont bien été commercialisés, sur quel territoire et quand. L'Office conclut donc que ces photos ne donnent aucune information concernant l'usage de la marque antérieure.

31. L'opposant produit également plusieurs factures de ventes des produits, soi-disant portant la marque antérieure (annexe b), et des catalogues de produits ANVIL des années 2009, 2011 et 2012 (annexe c). Ces factures concernent le Benelux et l'Europe et datent de la période pertinente, sauf une facture du 21 novembre 2012 adressée au Running Center aux Pays-Bas. Ces factures ne comportent pas d'indication de la marque antérieure, mais seulement des références de produits. Ces références renvoient à des produits mentionnés dans les catalogues mentionnés dans l'annexe c. Cependant, dans ces catalogues, on retrouve bien des images de vêtements mais, soit on ne voit pas l'étiquette des vêtements, soit on la voit mais elle est si petite qu'on ne peut pas discerner si la marque antérieure y figure ou pas. La marque antérieure n'apparaît pas non plus dans les catalogues, sauf une fois dans le catalogue de 2009. La marque y figure seulement dans un texte sur la responsabilité sociale de la société ANVIL. Elle ne sert pas à désigner l'origine des produits pour lesquels elle a été déposée. La marque antérieure est donc utilisée ici comme enseigne.

32. Plus le volume commercial de l'exploitation de la marque est limité, plus il est nécessaire que le titulaire de la marque apporte des indications supplémentaires permettant d'écartier d'éventuels doutes quant au caractère sérieux de l'usage de la marque concernée (TUE, VOGUE, T-382/08, 18 janvier 2011). L'Office constate qu'il ne peut pas être conclu sur base d'une appréciation globale des preuves produites que la marque antérieure a fait l'objet d'un usage sérieux durant la période pertinente pour les produits concernés, sans en arriver à des probabilités et présomptions. Comme déjà expliqué ci-dessus aucune des photos, factures et catalogues ne démontrent de façon concrète et objective que la marque antérieure a effectivement et suffisamment été utilisée comme indication d'origine sur le marché dans la période pertinente. Il est notamment impossible de contrôler si les produits mentionnés sur les factures portent en réalité la marque antérieure. En outre, il ne peut pas être établi que les produits affichés dans les catalogues ont été commercialisés sous la marque en cause. Finalement, en ce qui concerne les photos, il n'y a pas de preuves que les produits représentés ont bien été commercialisés dans la période pertinente et de plus, il n'est pas possible d'établir un lien entre les photos d'une part et les factures et les catalogues d'autre part. Pour ces raisons, l'Office conclut que les preuves d'usage produites ne donnent aucune indication sur le lieu, la durée, l'importance et la nature de l'usage qui a été fait de la marque antérieure pour les produits sur lesquels l'opposition est fondée.

Conclusion

33. Les pièces introduites par l'opposant ne démontrent pas l'usage sérieux de la marque antérieure dans les cinq ans précédant la publication du dépôt contesté. Pour cette raison, l'Office ne procédera pas à l'appréciation du risque de confusion des marques antérieures purement figuratives soumises à l'obligation d'usage. L'Office examinera ci-après encore le droit invoqué, ce dernier n'étant pas soumis à l'obligation d'usage.

A.3. Risque de confusion

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

35. 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* ».



36. Selon la jurisprudence constante de la 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 ; voyez aussi e.a. CJBen, A 98/3, Brouwerij Haacht/Grandes Sources belges, 2 octobre 2000 ; CJBen, A 98/5, Marca Mode/Adidas, 7 juin 2002 ; Hoge Raad der Nederlanden, C02/133HR, Flügel-flesje, 14 novembre 2003 ; Bruxelles, N-20060227-1, 27 février 2006).

Comparaison des signes

37. Il ressort du libellé de l'article 4, paragraphe 1, sous b de la Directive (comp. article 2.3, sous b, CBPI), aux termes duquel « *il existe, dans l'esprit du public, un risque de confusion qui comprend le risque d'association avec la marque antérieure* », que la perception des marques qu'a le consommateur moyen du type de produit ou service en cause joue un rôle déterminant dans l'appréciation globale du risque de confusion. Le consommateur moyen perçoit normalement une marque comme un tout et ne se livre pas à un examen de ses différents détails (CJUE, Sabel, C-251/95, 11 novembre 1997).

38. L'appréciation globale du risque de confusion doit, en ce qui concerne la similitude visuelle, auditive ou conceptuelle des marques en cause, être fondée sur l'impression d'ensemble produite par les marques, en tenant compte notamment des éléments distinctifs et dominants de celles-ci.

39. Les signes à comparer sont les suivants :

Opposition basée sur:	Opposition dirigée contre:
	

40. Le droit invoqué est une marque semi-figurative, consistant en deux mots anglais superposés : l'un ANVIL de 5 lettres et l'autre ORGANIC de sept lettres. Les deux mots sont séparés par une barre verte. ANVIL est représenté en caractères gras, noirs. Le mot ORGANIC situé en dessous figure en caractères fins plus petits. Il résulte de cette représentation que le mot ANVIL attirera plus l'attention que le mot ORGANIC dans le droit invoqué. Le signe contesté est une marque figurative composée de la représentation stylisée d'une enclume.

41. L'Office constate qu'il n'y a pas de ressemblance visuelle entre les signes. Le droit invoqué étant la représentation graphique des mots « ANVIL ORGANIC », séparés par une barre verte, et le signe contesté étant un signe purement figuratif représentant une enclume, ils n'ont rien en commun.

42. Phonétiquement, le signe contesté étant une marque purement figurative, elle ne sera en principe pas prononcée. Pour autant que le public pertinent du Benelux reconnaisse immédiatement l'objet représenté dans la marque invoquée, il ne peut pas être exclu que ledit public pertinent y fasse référence en utilisant le terme correspondant au terme décrivant l'image dans sa langue maternelle, à savoir « enclume » en français, ou bien « aambeeld » en néerlandais (TUE, Pelikan, T-389/03, 17 avril 2008). Ces mots ne présentent aucune ressemblance avec les mots « ANVIL ORGANIC » du droit invoqué. L'Office estime donc que les signes ne se ressemblent pas sur le plan phonétique.

43. Le signe contesté pourrait être perçu par une partie du public comme une enclume. Le droit invoqué fait référence en anglais au concept d'une enclume organique, ou en néerlandais « organisch aambeeld » (une traduction libre des mots ANVIL ORGANIC). Pourtant, le mot anglais « ANVIL » n'est pas un terme fréquemment utilisé et n'appartient pas à la connaissance de base de l'anglais du consommateur moyen au Benelux. Pour ces raisons, l'Office considère que ce dernier ne connaîtra pas la signification du mot ANVIL et qu'il n'existe donc pas de ressemblance conceptuelle entre les signes contestés pour le public concerné.

Conclusion

44. Les signes ne se ressemblent ni visuellement, ni phonétiquement, ni conceptuellement. L'Office considère qu'il n'existe pas de ressemblance entre les signes en conflit.

Comparaison des produits

45. Etant donné que l'Office conclut à l'absence de ressemblance des signes, il ne procèdera pas – pour des raisons d'économie procédurale – à une comparaison des produits.

46. A titre d'information, les produits du droit invoqué et ceux contre lesquels l'opposition est dirigée sont repris ci-dessous.

Opposition basée sur :	Opposition dirigée contre :
<p>CI 18 Bagages <i>(Enregistrement européen 923957)</i></p> <p>CI 18 Sacs ; Malles et valises ; Sacs à porter à l'épaule ; Sacs de paquetage ; Mallettes pour documents ; Fourre-tout ; Sacs tous usages ; Sacs marins ; Sacs de sport ; Sacs de coursiers ; Sacs de navetteur <i>(Enregistrement européen 10837541)</i></p>	<p>CI 18 Cuir et imitations du cuir ; articles de maroquinerie en cuir ou en imitation du cuir (à l'exception des étuis adaptés aux produits qu'ils sont destinés à contenir, des gants et des ceintures) ; malles et valises ; caisses et boîtes en cuir ou en carton-cuir ; coffres de voyage ; mallettes pour documents ; porte-documents (sacs) ; sacs à main ; serviettes (maroquinerie) ; sacs, cartables et serviettes d'écoliers ; sacs et filets à provisions ; sachets et sacs (enveloppes, pochettes) pour l'emballage (en cuir) ; sacoches pour porter les enfants ; sacs à dos ; sacs à roulettes ; sacs d'alpinistes ; sacs de campeurs ; sacs de plage ; sacs de voyage ; sacs-housses pour vêtements (pour le voyage) ; porte-cartes (portefeuilles) ; portefeuilles ; porte-monnaie (non en métaux précieux) ; bourses ; bourses de mailles non en métaux précieux ; étuis pour clefs (maroquinerie) ; boîtes à chapeaux en cuir ; coffrets destinés à contenir des articles de toilette dits 'vanity cases' ; bandoulières (courroies) en cuir</p>
<p>CI 25 Vêtements, chaussures, chapellerie <i>(Enregistrement européen 2290559)</i></p> <p>CI 25 Vêtements, à savoir chemises ; T-shirts ; Tee-shirts à manches courtes ou à manches longues ; Polos ; Sweat-shirts ; Sweat-shirts à capuchon ; Toges ; Pull-overs en molleton ; Chemises de sport ; Articles de chapellerie ; Casquettes ; Visières ; Shorts ; Cols roulés <i>(Enregistrement européen 10837541)</i></p>	<p>CI 25 Vêtements de dessus et de dessous pour hommes, femmes et enfants ; vêtements en cuir et en imitation du cuir ; vêtements en fourrure ; vêtements de sport (autres que de plongée) ; blousons ; gabardines (vêtements) ; imperméables ; manteaux ; mantilles ; mitaines ; pardessus ; trench coats ; parkas ; pèlerines ; pelisses ; vareuses ; costumes ; costumes de mascarade ; vestes ; blouses ; tabliers (vêtements) ; combinaisons (vêtements et sous- vêtements) ; cache- cœurs ; cardigans ; pull-overs ; chandails ; tricots (vêtements) ; débardeurs ; gilets ; jupes ; jupons ; pantalons ; robes ; saris ; chemises ; chemisettes ; tee-shirts ; sweat-shirts ; shorts ; bermudas ; paletots ; vêtements confectionnés ; vêtements en papier manchons ; pyjamas ; robes de chambre ; peignoirs ; caleçons, y compris les caleçons de bain ; costumes de bain et de plage ; maillots, y compris les maillots de bain ; peignoirs de bain ; lingerie de corps ; bodies (justaucorps) [vêtements]</p>

	; bustiers ; sous-vêtements ; culottes ; slips ; soutiens- gorge ; corsets ; jarretelles ; chaussettes ; bas ; collants ; bonneterie ; bandanas ; foulards ; châles ; tours de cou ; écharpes ; étoles (fourrures) ; gants (habillement) ; ceintures (habillement) ; bretelles ; cravates ; nœuds papillon ; pochettes (habillement) ; cache-col ; grenouillères, brassières, layettes ; bavoires et bavettes (non en papier) ; souliers ; chaussures, y compris les chaussures de plage ; chaussures de sport et de ski ; bottes ; bottines ; sabots (chaussures) ; espadrilles ; sandales ; sandales de bain ; pantoufles ; chaussons ; articles de chapellerie ; chapeaux ; voilettes ; casquettes ; visières (chapellerie) ; bérets ; bonnets, y compris les bonnets de bain ; bandeaux pour la tête (habillement) ; turbans
--	--

B. Autres facteurs

47. L’opposant est d’avis que ses marques invoquées bénéficient d’un pouvoir distinctif augmenté parce que le mot anvil (enclume) n’est pas descriptif pour les produits pour lesquels les droits invoqués ont été déposés (voir point 10). A cet égard, l’Office rappelle que conformément aux dispositions de l’article 2.1, alinéa 1^{er} CBPI, une marque doit par définition être distinctive (voir également, Cour d’appel Den Haag, Roxstar, 200.044.463/01, 30 mars 2010).

C. Conclusion

48. Sur base de ce qui précède, l’Office conclut qu’en l’absence de ressemblance entre le troisième droit invoqué, non soumis à une obligation d’usage, et le signe contesté, il ne peut exister de risque de confusion dans l’esprit du public. Par conséquent, l’Office n’a pas effectué la comparaison des produits. En effet, un risque de confusion présuppose à la fois une identité ou une similitude des marques en conflit et une identité ou une similitude des produits ou des services qu’elles désignent. Il s’agit, là, de conditions cumulatives (TUE, arrêt YOKANA, T-103/06, 13 avril 2010).

49. En ce qui concerne les deux premiers droits invoqués 2290559 et 1742766 l’Office avait déjà conclu ci-avant que l’usage sérieux dans les cinq ans précédant la publication du dépôt contesté de ces droits n’étant pas démontré, l’Office ne procédera pas à l’appréciation du risque de confusion de ces marques antérieures soumises à l’obligation d’usage.

IV. CONSÉQUENCE

50. L’opposition portant le numéro 2008332 n’est pas justifiée.

51. Le dépôt Benelux numéro 1254669 est enregistré.

52. 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 du RE. La présente décision forme titre exécutoire en vertu de l'article 2.16, alinéa 5 CBPI.

La Haye, le 14 juin 2016

Tineke Van Hoey
(*rapporteur*)

Pieter Veeze

Diter Wuytens

Agent chargé du suivi administratif: Hennie Vink - Kingma