

OFFICE BENELUX DE LA PROPRIETE INTELLECTUELLE

DECISION en matière d'OPPOSITION

N° 2008333

du 20 janvier 2016

Opposant : **FAGOR IRELAND LIMITED**
Universal House
Shannon, Co. Clare
Irlande

Mandataire : **CEW & Partners**
Defacqzstraat 78
1060 Brussel
Belgique

Droit invoqué 1 : **BRANDT**
(Enregistrement international 178578)

Droit invoqué 2 : **BRANDT, INNOVATIONS YOU NEED**
(Enregistrement international 745387)

contre

Défendeur : **SH CORPORATE HOLDING SA**
149/24 Avenue Louise
1050 Bruxelles
Belgique

Mandataire : **JURIS ECONOMIQUE Société d'Avocats**
2, rue de la Claire
69009 Lyon
France



Marque contestée :
(Enregistrement accéléré Benelux 928186)

I. FAITS ET PROCEDURE

A. Faits

1. Le 30 octobre 2012, le défendeur a procédé au dépôt Benelux de la marque semi-figurative



pour distinguer des produits en classes 7 et 12. 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 928186 et a été publié le 2 novembre 2012.

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

- Enregistrement international 178578 de la marque verbale BRANDT, déposée le 29 juillet 1954 pour des produits en classes 1 à 34 ;
- Enregistrement international 745387 de la marque verbale BRANDT, INNOVATIONS YOU NEED, déposée le 4 septembre 2000 pour des produits en classes 7 et 11.

3. Il ressort du registre que l'opposant est effectivement le titulaire des droits invoqués.

4. L'opposition est introduite contre tous les produits et services du signe contesté et basée sur tous les produits et services des droits invoqués.

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

6. La langue de la procédure est le français.

B. Déroulement de la procédure

7. L'opposition est recevable. Le 1^{er} mars 2013, 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 2 mai 2013. Le 8 mai 2013, l'Office a adressé aux parties un avis relatif au début de la procédure, un délai jusqu'au 8 juillet 2013 inclus étant imparti à l'opposant pour introduire ses arguments et les pièces éventuelles à l'appui de ceux-ci.

9. Le 5 juillet, l'opposant a introduit des arguments. et l'Office les a transmis au défendeur le 11 juillet 2013, un délai jusqu'au 11 septembre 2013 étant imparti à ce dernier pour y répondre.

10. Le 2 août 2013, la société d'avocats JURIS ECONOMIQUE s'est constituée mandataire pour le défendeur dans cette procédure et a informé l'Office que ce dernier ne souhaitait pas, à ce stade de la procédure, réagir aux arguments de l'opposant, mais qu'il demandait à l'opposant des preuves d'usage des droits invoqués. Le 7 août 2013, l'Office a informé l'opposant de la requête du défendeur, un délai jusqu'au 7 octobre 2013 lui étant imparti pour déposer les preuves d'usage requises.

11. Le 7 octobre 2013, l'opposant a introduit auprès de l'Office des preuves d'usage des droits invoqués. Le 14 octobre 2013, l'Office a envoyé les preuves d'usage au défendeur, un délai jusqu'au 14 décembre lui étant imparti pour formuler ses observations.

12. Le 13 décembre 2013, le défendeur a réagi aux preuves d'usage fournies par l'opposant et a argumenté sur le fond. Cette réaction a été communiquée à l'opposant le 24 décembre 2013.

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 1^{er}, sous a CBPI, une opposition auprès de l'Office, conformément aux dispositions de l'article 2.3, sous b CBPI : risque de confusion en raison de 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

16. L'opposant explique que sa société est active sur le marché depuis plus de cinquante ans et qu'elle produit plus de sept millions d'appareils électriques, distribués dans plus de cent pays, en utilisant entre autres les droits invoqués.

17. Selon l'opposant, il est en l'espèce évident que l'élément distinctif du signe contesté réside dans le nom BRANDT, lequel est clairement mis en évidence, en lettres rouges et plus épaisses. L'adjonction du terme « motors », signifiant « moteurs » est purement descriptif, vu qu'il s'agit de véhicules et moteurs.

18. Sur le plan auditif, les éléments distinctifs des signes sont strictement identiques. Sur le plan visuel, l'élément figuratif imprécis du signe contesté - une simple tache aux yeux de l'opposant - est selon lui tellement insignifiant qu'il peut être écarté de la comparaison. Les signes sont donc très similaires sur ce plan aussi. Conceptuellement, il s'agit clairement d'un nom patronymique, de sorte qu'il est question d'une forte similarité sur ce plan également.

19. L'opposant est d'avis que les produits du signe contesté sont identiques ou à tout le moins complémentaires et donc fortement similaires à ceux en classes 7, 11 et 12 des droits invoqués.

20. À titre de circonstance accompagnante et particulièrement aggravante, l'opposant souligne la mauvaise foi du défendeur au moment même du dépôt du signe contesté. En effet, ce signe ayant fait l'objet d'une procédure d'opposition en France, le défendeur était parfaitement au courant que l'opposant disposait d'une marque fortement similaire à la sienne pour des produits identiques.

21. L'opposant conclut qu'il existe un sérieux risque de confusion et pour cette raison il demande à l'Office de refuser l'enregistrement du signe contesté.

B. Réaction du défendeur

22. Le défendeur a en premier lieu demandé des preuves d'usage des droits invoqués.

23. Le défendeur fait référence aux observations de l'opposant, qui déclare soumettre des preuves d'usage seulement pour les « *machines et machines-outils, moteurs et leurs accessoires* ». Par conséquent, le défendeur demande à l'Office de ne pas tenir compte du deuxième droit invoqué et d'examiner l'opposition uniquement sur base des produits en classe 7 mentionnés explicitement par l'opposant.

24. De plus, le défendeur est d'avis que plusieurs pièces doivent être écartées du débat, puisqu'elles ne présentent aucune date ou dépassent la période pertinente. Par ailleurs, le défendeur constate que les pièces ne mentionnent pas les droits invoqués tels qu'ils sont enregistrés. En outre, il ressort des documents et du site web de l'opposant qu'il utilise sa marque BRANDT principalement en France. Enfin, le défendeur signale que les quantités mentionnées dans les factures sont négligeables. Il en conclut que les pièces produites n'apportent pas la preuve incombant à l'opposant.

25. En dehors de ce qui précède, le défendeur est d'avis qu'il n'existe aucun risque de confusion entre les signes en cause. S'il est vrai qu'une partie des produits est identique, ceci n'est sûrement pas le cas pour les produits en classe 12 du signe contesté. Ces produits ont des fabricants différents, un public cible différent et ils ne sont pas complémentaires.

26. Le défendeur souligne que l'opposant a exclu l'élément figuratif du signe contesté, à savoir la tête de lion en profil, le jugeant « insignifiant » et semblable « à une tache ». Cet élément figuratif est selon le défendeur distinctif et prédominant dans le signe contesté dans la mesure où, étant de la même taille que les autres éléments verbaux, il est de surcroît placé en première position. Il est de nature à attirer l'attention des consommateurs qui voient la marque contestée pour la première fois.

27. L'opposant exclut aussi l'élément verbal « *motors* », qu'il considère comme descriptif. Or, s'il convient de tenir compte des éléments distinctifs et dominants des marques aux fins de l'appréciation de la similitude des signes, aucun élément ne doit être totalement négligé en raison de son faible caractère distinctif. Ces éléments étant pris en compte, le défendeur conclut que les signes ne se ressemblent pas sur les plans visuel et phonétique.

28. La tête de lion dans le signe contesté renvoie à une idée de puissance, d'endurance, de rugissement et d'énergie. L'association classique de l'automobile avec les caractéristiques d'un animal sera immédiatement comprise par le public. D'autre part, les droits invoqués n'évoquent absolument

rien de manière intrinsèque. Les marques en cause ne sont donc pas similaires du point de vue conceptuel.

29. Quant à la question de mauvaise foi, le défendeur a des raisons de croire que c'est plutôt l'opposant qui en fait preuve dans cette procédure d'opposition.

30. Compte tenu de tout ce qui précède, le défendeur demande à l'Office de rejeter l'opposition.

III. DECISION

A.1. Preuves d'usage

31. 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 sérieux 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.

32. Etant donné que l'enregistrement des droits invoqués est antérieur au 2 novembre 2007, la demande de preuves d'usage est fondée.

33. Le dépôt contesté a été publié le 2 novembre 2012. La période de cinq ans – la période pertinente – s'étend, dès lors, du 2 novembre 2007 au 2 novembre 2012.

34. 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

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

- 1) 17 Factures, adressées à une société luxembourgeoise, de 2010 à 2013 ;
- 2) 17 Factures, adressées à une société belge, de 2011 à 2013 ;
- 3) Un catalogue, intitulé « Collection 2012/2013 » ;
- 4) Fiches de produits pour des lave-vaisselle et sèche-linge ;
- 5) Guide d'installation & d'utilisation d'un lave-linge.

36. L'Office constate en premier lieu que le deuxième droit invoqué n'est nulle part mentionné dans les pièces. L'usage de ce droit n'a donc pas été démontré par définition.

37. Deuxièmement, l'Office observe que les pièces ne se rapportent qu'aux produits suivants : *micro-ondes, lave-vaisselle, sèche-linge, réfrigérateurs, tables de cuisson et fours*. Ces produits ne sont pas expressément mentionnés dans la liste du premier droit invoqué, mais ils relèvent de l'indication plus générale *appareils de tous genres et pour tous usages* en classes 7 et 11 de cette marque.

38. Les factures sous 1 et 2 ci-dessus sont apparemment adressées aux importateurs respectivement luxembourgeois et belge des produits de l'opposant. Toutes les factures luxembourgeoises tombent pendant la période pertinente (l'une d'elles est datée d'après, mais la livraison avait eu lieu pendant la période pertinente). Parmi les factures belges, il y en a dix qui tombent dans cette période et cinq après. Or, conformément à la jurisprudence 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) postérieures à cette période (voir en ce sens, CJUE, ordonnance La Mer Technology, C-259/02, 27 janvier 2004). En tout cas et contrairement à ce que le défendeur prétend (voir point 24), l'Office est d'avis qu'il ne s'agit pas de « quantités négligeables » ; environ 600 produits dans la période pertinente (et 300 au premier moitié de 2013).

39. Il reste à examiner 3 factures, à savoir celles qui ont trait à des *moteurs pour lave-vaisselles, lave-linges et sèche-linges*. Trois de ces factures datent d'après la période pertinente (2013). Bien qu'il ne soit pas expressément exclu de tenir compte d'éventuelles circonstances postérieures pour l'appréciation du caractère sérieux de l'usage au cours de la période pertinente (voir l'arrêt La Mer, déjà cité), l'Office est d'avis que ces pièces ne suffisent pas pour démontrer cet usage sérieux. À l'exception des en-têtes, les factures ne mentionnent pas de marque et quatre exemplaires de ces moteurs au cours de cinq années est un nombre beaucoup trop restreint.

40. S'il est vrai que les droits invoqués n'apparaissent pas dans ces factures, comme le dit le défendeur (voir point 24), il est clair dans le contexte que l'abréviation BR, parmi d'autres, fait référence au premier droit invoqué : les abréviations ainsi que les codes de produits correspondent à ceux mentionnés dans les fiches de produits pour des lave-vaisselle et sèche-linge et le guide d'installation & d'utilisation d'un lave-linge (pièces 4 et 5).

41. Les autres pièces n'ajoutent rien aux preuves déjà examinées.

Conclusion

42. L'Office conclut que l'opposant a suffisamment démontré l'usage de ses droits invoqués au Benelux pendant la période pertinente pour les produits *micro-ondes, lave-vaisselle, sèche-linge, réfrigérateurs, tables de cuisson et fours*. Dès lors, l'appréciation du risque de confusion sera limité à ces produits, conformément à la règle 1.17, alinéa 1, sous e RE.

A.2. Risque de confusion

43. Conformément à l'article 2.14, alinéa 1er, 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.

44. 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 ».

45. 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

46. 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, arrêt Sabel, C-251/95, 11 novembre 1997).

47. 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 (arrêts Sabel et Lloyd, déjà cités).

48. 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).

49. Les signes à comparer sont les suivants :

Opposition basée sur :	Opposition dirigée contre :
BRANDT	

Comparaison visuelle

50. Le droit invoqué est une marque verbale de six lettres, le signe contesté est une marque semi-figurative, composée des mots « Brandt » écrit en rouge et « motors » placé au-dessous du premier mot et en lettres noires plus petites. À l'arrière-plan de la lettre B figure une tête de lion stylisée.

51. Dans les signes composés (éléments verbal et figuratif), l'élément verbal a souvent un impact plus élevé sur le consommateur que l'élément figuratif. En effet, le public évoque généralement ces signes en utilisant l'élément verbal (voir en ce sens : TUE, arrêt SELENIUM-ACE, T-312/03, 14 juillet 2005). Bien que la tête de lion ne soit pas négligeable dans le signe contesté, elle est représentée de façon très stylisée, en lignes minces et à l'arrière-plan de la première lettre de l'élément verbal. En tout cas, cet élément figuratif n'empêchera pas le consommateur d'apercevoir d'emblée le mot « Brandt », en grandes lettres rouges et au centre du signe. L'autre élément verbal de ce signe sera moins remarqué, vu sa position inférieure et les plus petites lettres dont il est composé.

52. En règle générale, le consommateur attache plus d'importance à la première partie d'une marque (TUE, arrêt Mundicor, T-183/02 et T-184/02, 17 mars 2004). Le premier élément verbal « Brandt » est donc prépondérant. Cet élément est identique ou au moins très fortement similaire au droit invoqué et les différences ont moins d'importance.

53. Du point de vue visuel les signes se ressemblent fortement.

Comparaison phonétique

54. 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 (arrêts du Tribunal du 25 mai 2005, PC WORKS, T-352/02 et du 21 avril 2010, Thai Silk, T-361/08). En effet, dans le cas présent, la représentation stylisée d'une tête de lion n'a aucune influence sur la prononciation.

55. L'élément « Brandt » dans le signe contesté est phonétiquement identique au droit invoqué. S'agissant de l'élément « motors », il convient de souligner que le consommateur moyen aura tendance à abrégé oralement une marque comprenant plusieurs termes afin de la rendre plus facile à prononcer (voir, en ce sens, TUE, Brothers by Camper, T-43/05, 30 novembre 2006). De plus, toujours sur le plan phonétique, le consommateur attache en règle générale plus d'importance à la première partie d'une marque (arrêt Mundicor, déjà mentionné). Enfin, force est de constater que, en raison du caractère

inférieur de l'élément « motors », il existe de fortes probabilités que ce terme sera omis lors de la prononciation du signe contesté et que, partant, la référence au signe se fera par le mot « Brandt » (voir TUE, Green by Missako, T-162/08, 11 novembre 2009). À la lumière de ces constatations, il convient de considérer que les signes sont quasi identiques du point de vue phonétique.

56. Phonétiquement, les signes sont identiques ou tout au moins fortement semblables.

Comparaison conceptuelle

57. Le droit invoqué, comme l'élément « Brandt » dans le signe contesté, peut être un nom patronymique, comme le signale l'opposant (voir point 18). Mais le fait qu'une marque consiste en un nom patronymique ne signifie pas qu'elle a une signification claire et déterminée, sauf peut-être s'il s'agit d'un nom très connu (CJUE, Picasso, C-361/04, 12 janvier 2006).

58. Le public ne considérera généralement pas des éléments descriptifs comme des éléments distinctifs et dominants d'un signe (voir arrêts TUE, Budmen, T-129/01, 3 juillet 2003 ; NLSPORT, NLJEANS, NLACTIVE et NLCollection, T-117/03 à T-119/03 et T-171/03, 6 octobre 2004 ; Biker Miles, T-385/03, 7 juillet 2005). Dans le cas d'espèce, le mot « motors » est l'équivalent anglais de « moteurs ». Cet élément est donc descriptif pour au moins une partie des produits du signe contesté et ne sera donc pas conçu par le consommateur comme l'élément principal, qui donne une signification au signe.

59. La tête stylisée de lion dans le signe contesté peut, comme le propose le défendeur (voir point 28), renvoyer à une idée de puissance, d'endurance, de rugissement et d'énergie. Or, l'Office est d'avis que cette référence ne donne pas de signification claire et déterminée au signe, pouvant être saisie directement par le public pertinent.

60. Aucun des signes n'ayant une signification, une comparaison conceptuelle n'est pas possible.

Conclusion

61. Les signes se ressemblent fortement sur le plan visuel. Phonétiquement, ils sont identiques ou au moins fort ressemblants. Enfin, une comparaison est impossible sur le plan conceptuel vu qu'aucun d'entre eux n'a de signification.

Comparaison des produits

62. Pour apprécier la similitude entre les produits en cause, il y a lieu de tenir compte de tous les facteurs pertinents qui caractérisent le rapport entre les produits. 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 contre lesquels l'opposition est dirigée avec ceux du droit invoqué, sont pris en considération les produits tels qu'indiqués dans la demande de marque ou encore tels que formulés au registre, pour autant que leur usage a été prouvé.

64. L'Office a constaté que l'usage des droits invoqué n'a été prouvé que pour une partie des produits concernés. L'examen du risque de confusion doit donc être limité à ces produits. Les produits à comparer sont dès lors les suivants :

Opposition basée sur :	Opposition dirigée contre :
Classe 7 Lave-vaisselle.	Classe 7 Machines et machines-outils; moteurs (à l'exception des moteurs pour véhicules terrestres); accouplements et organes de transmission (à l'exception de ceux pour véhicules terrestres).
Classe 11 Micro-ondes, sèche-linge, réfrigérateurs, tables de cuisson, fours.	
	Classe 12 Véhicules; appareils de locomotion par terre, par air ou par eau.

Classe 7

65. En raison de leur formulation large et conformément aux dispositions de l'arrêt IP Translator (CJUE, C-307/10, 19 juin 2012), les produits *machines* du signe contesté sont désignés de façon insuffisamment claire et précise pour permettre aux autorités compétentes et aux opérateurs économiques de déterminer, sur cette seule base, l'étendue de la protection conférée par la marque. Nous référons également à la Communication commune relative à la pratique commune en matière d'indications générales figurant dans les intitulés de classe de la classification de Nice du 20 novembre 2013 (dernière mise à jour: 20 février 2014). Selon la Communication du Directeur-Général de l'Office du 20 novembre 2013, l'Office aura « *Dans les oppositions, [...] comme règle de conduite qu'il appartient à la partie qui se sert d'une identification insuffisamment claire et précise, d'en supporter les conséquences. En cas d'opposition dans laquelle une partie invoque des termes vagues et l'autre partie des termes qui sont suffisamment clairs et précis, l'OBPI tranchera donc en faveur de cette dernière* ».

66. Les autres produits du signe contesté dans cette classe sont dissimilaires des produits du droit invoqué. Ils ont une toute autre nature et destination et un tout autre usage. Ces produits ont des canaux de distribution différents et sont destinés à un autre public.

Classe 12

67. Les produits du signe contesté sont dissimilaires des produits du droit invoqué. Ils ont une toute autre nature et destination et un tout autre usage. Ces produits ne sont pas non plus complémentaires ni concurrents. Enfin, ces produits ont des canaux de fabrication et de distribution complètement différents.

Conclusion

68. Une partie des produits du signe contesté n'est pas indiquée de manière suffisamment claire et précise pour que l'on puisse déterminer l'étendue de la protection conférée par la marque. En rapport

avec ces produits la similarité ne peut pas être exclue. Les autres produits du signe contesté ne sont pas similaires à ceux du droit invoqué, pour lesquels l'usage a été prouvé.

A.3. Appréciation globale

69. 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.

70. 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). Dans le cas présent, il s'agit de produits qui n'appartiennent pas aux achats réguliers du consommateur et qui sont en général assez chers. Le niveau d'attention du public concerné sera donc plus élevé que normal.

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 ressemblance entre les marques, et inversement (arrêts Canon et Lloyd, précités).

72. Visuellement et phonétiquement les marques et le signe contesté se ressemblent (fortement), tandis qu'une comparaison conceptuelle n'est pas possible. Les produits concernés sont pour une partie formulés trop vaguement pour pouvoir exclure toute similarité et pour l'autre partie non similaires.

B. Autres facteurs

73. La mauvaise foi, invoquée tant par l'opposant que par le défendeur (voir les points 20 et 29) ne peut jouer aucun rôle dans une procédure d'opposition et l'Office n'a pas compétence pour exprimer une appréciation à ce sujet.

C. Conclusion

74. Sur base de ce qui précède, l'Office conclut qu'un risque de confusion peut exister en ce qui concerne les produits pour lesquels la similarité ne peut pas être exclue.

IV. CONSÉQUENCE

75. L'opposition numéro 2008333 est justifiée partiellement.

76. L'enregistrement Benelux accéléré 928186 est radié pour les produits suivants :

Classe 7 : machines.

77. L'enregistrement Benelux accéléré 928186 reste enregistré pour les produits suivants, parce qu'ils ne sont pas similaires à ceux des droits invoqués :

Classe 7 : machines-outils; moteurs (à l'exception des moteurs pour véhicules terrestres);
accouplements et organes de transmission (à l'exception de ceux pour véhicules terrestres).

Classe 12 : tous les produits.

78. L'opposition étant partiellement justifiée, aucune des parties n'est redevable du montant de l'opposition en vertu de l'article 2.16, alinéa 5 CBPI.

La Haye, le 20 janvier 2016

Willy Neys
(*rapporteur*)

Diter Wuytens

Pieter Veeze

Agent chargé du suivi administratif : Gerda Veltman