



**OFFICE BENELUX DE LA PROPRIETE INTELLECTUELLE**

**DECISION en matière d'OPPOSITION**

**N° 2008550**

**du 29 mai 2015**

**Opposant :**

**AMUNDI**

Immeuble Cotentin  
90 boulevard Pasteur  
75015 PARIS  
France

**Mandataire :**

**OFFICE HANSSENS**

square Marie Louise 40boîte 19  
1000 Bruxelles  
Belgique

**Droit invoqué :**

**AMUNDI**

(enregistrement international 1024160)

*contre*

**Défendeur :**

**Office National Du Dueroire,**

établissement public  
Rue Montoyer 3  
1000 Bruxelles  
Belgique

**Mandataire :**

**GEVERS**

Holidaystraat 5  
1831 Diegem  
Belgique

**Marque contestée :**

**CREDIMUNDI**

(dépôt Benelux 1260616)

## **I. FAITS ET PROCEDURE**

### **A. Faits**

1. Le 2 janvier 2013, le défendeur a procédé au dépôt Benelux de la marque « CREDIMUNDI » pour distinguer des services en classes 35, 36 et 45. Cette demande de marque a été mise à l'examen sous le numéro 1260616 et a été publiée le 21 janvier 2013.

2. Le 29 mars 2013, l'opposant a introduit une opposition contre l'enregistrement de ce dépôt. L'opposition est basée sur l'enregistrement international numéro 1024160 de la marque verbale AMUNDI, désignant entre autres la communauté européenne, déposée le 24 septembre 2009 et enregistrée le 9 décembre 2010, pour des services en classe 36.

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

4. L'opposition a été introduite contre tous les services du dépôt contesté et est basée sur tous les services 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 8 avril 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. Suite à plusieurs demandes conjointes des parties datées du 10 juin 2013 et 7 août 2013, la période de « cooling off » a été prolongée. De ce fait, la phase contradictoire de la procédure a débuté le 10 octobre 2013.

9. Le 1<sup>er</sup> novembre 2013, l'Office a adressé aux parties un avis relatif au début de la procédure, un délai jusqu'au 1<sup>er</sup> janvier 2014 inclus étant imparti à l'opposant pour introduire ses arguments et pièces éventuelles.

10. Le 31 décembre 2013, l'opposant a introduit ses arguments étayant l'opposition. Ceux-ci ont été adressés au défendeur le 7 janvier 2014, un délai jusqu'au 7 mars 2014 étant imparti à ce dernier pour y répondre.

11. Le 5 mars 2014, le défendeur a réagi aux arguments de l'opposant. Étant donné que cette réaction n'a été introduite qu'en un seul exemplaire, l'Office a demandé au défendeur, par courrier du 10 mars 2014, un second exemplaire desdits arguments, à déposer pour le 10 mai 2014 au plus tard. Le second exemplaire de la réaction du défendeur a été réceptionné par l'Office le 26 mars 2014. Le 9 avril 2014, l'Office a transmis à l'opposant les arguments du défendeur.

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

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

## **II. MOYENS DES PARTIES**

14. 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 en question.

### **A. Arguments de l'opposant**

15. L'opposant estime que les services du signe contesté sont soit identiques, soit similaires à ceux du droit invoqué. En ce qui concerne les services en classe 35 du défendeur, l'opposant estime qu'ils peuvent être connectés aux services en classe 36 de l'opposant ; « par exemple, un service de crédit de la classe 36 sous-entend pour l'ouverture d'un dossier un service de renseignement d'affaires, d'investigation et d'estimation ainsi que des conseils dans la direction des affaires ». Selon lui, il en est de même pour les services en classe 45 : « ils sont connectés aux services de la classe 36, par exemple les services de consultation en matière financière, fiscale, informations, analyses pour lesquels l'aspect juridique ne peut être ignoré ».

16. En ce qui concerne la comparaison des signes, l'opposant remarque que le droit invoqué est particulièrement distinctif ; le radical « - MUNDI » peut, selon lui, tout au plus évoquer de manière originale et distinctive le terme « monde ». Le signe contesté, par contre, comporte un préfixe, « CREDI », faiblement distinctif, voire descriptif des services désignés puisque le crédit est une activité normale et même basique des entités actives dans le secteur financier, dit l'opposant.

17. Il y a donc lieu, selon l'opposant, de comparer les éléments distinctifs et dominants, à savoir « AMUNDI » et « - MUNDI », sur les plans visuel, auditif et conceptuel. Il en résulte, selon lui, que les éléments sont quasi-identiques et ne se différencient que par une lettre « A » supplémentaire dans le droit invoqué, aussi bien sur le plan visuel qu'auditif. D'un point de vue conceptuel, l'opposant estime que ni le terme « MUNDI », ni le terme « AMUNDI », n'ont une signification propre, ce qui exclut selon lui toute possibilité de différenciation conceptuelle.

18. L'opposant fait remarquer que le radical « MUNDI » est particulièrement distinctif pour les services désignés et que l'étendue de protection d'une marque est d'autant plus large que la marque antérieure est distinctive.

19. L'opposant conclut qu'il existe un risque de confusion sur l'origine des marques pour le public et que le consommateur pourra leur attribuer une origine commune. Selon l'opposant, ce risque est d'autant plus important que le droit invoqué bénéficie d'une large exploitation au Benelux et est bien connu du public concerné.

20. L'opposant demande à l'Office de refuser l'enregistrement du signe contesté.

### **B. Réaction du défendeur**

21. Selon le défendeur, les signes se distinguent « par leur architecture et leur physionomie d'ensemble », notamment par leur longueur. Ils ont en commun les lettres « MUNDI » situées à la fin des signes, mais différent par leur début : « A » / « CREDI ». Le défendeur estime que c'est à tort que l'opposant ne compare que les éléments distinctifs et dominants des signes, à savoir « AMUNDI » et « MUNDI- ». Il estime que rien ne permet d'affirmer que le consommateur isolera le suffixe « MUNDI » du signe contesté et qu'il convient de comparer les signes dans leur ensemble.

22. Les parties initiales des signes sont totalement différentes selon le défendeur. Il remarque qu'en général, il est admis qu'un consommateur attache plus d'importance au début d'une marque. Dès lors, les signes ne sont pas visuellement similaires selon le défendeur.

23. En ce qui concerne la comparaison phonétique, comme pour la comparaison visuelle, le consommateur attache selon le défendeur en général plus d'importance à la première partie d'une marque. Il remarque que les deux marques possèdent une séquence d'attaque différente et qu'il existe donc une grande et importante différence dans la prononciation des marques et qu'elles ne sont pas similaires sur le plan phonétique.

24. Une comparaison conceptuelle n'est pas possible selon le défendeur, puisque les signes n'ont de signification dans aucune des langues du Benelux. Contrairement à ce que soutient l'opposant, la marque déposée est « CREDIMUNDI » et non pas « CREDIT MUNDI » ou « KREDIET MUNDI ». Le défendeur remarque que si le signe contesté peut être vu comme contenant une allusion aux termes « CREDIT » et « MONDE », la combinaison reste cependant originale et la marque, prise dans son ensemble, ne peut aucunement être considérée comme descriptive. Il souligne que l'Office partage ce point de vue, puisqu'il n'a pas formulé d'objections à l'encontre de la demande d'enregistrement du signe contesté. Le défendeur en conclut que le préfixe « CREDI » n'est pas descriptif. Le défendeur remarque que si par impossible, l'Office venait à considérer que tel n'était pas le cas, dans ce cas les concepts véhiculés par les deux marques seraient différents : le droit invoqué ferait référence à « l'absence de monde », là où le signe contesté ferait référence au « crédit mondial ». Toutefois, le défendeur est d'avis que pareille lecture ne peut être retenue.

25. Quant à la comparaison des services, le défendeur estime que les services en classe 35 du signe contesté ne sont pas similaires à ceux en classe 36 du droit invoqué : ni leur but, ni leur nature ne sont similaires. Ils ne sont pas non plus complémentaires ou en concurrence. En outre, leurs canaux de distribution et leurs utilisateurs sont différents. Il renvoie à une décision de l'OHMI pour soutenir cette thèse.

26. En ce qui concerne les services en classe 36, le défendeur admet que plusieurs de ces services sont similaires voire identiques à ceux du droit invoqué. Cependant, il estime que les services « assurance du risque politique lié aux investissements directs à l'étranger » et « services d'expertises d'assurance en matière de risque politique lié aux investissements directs à l'étranger » représentent l'essentiel de son activité et ne sont pas visés par le droit invoqué. Le défendeur rappelle qu'il est, lui, un établissement financier public autonome bénéficiant de la garantie de l'état belge, qui assure les risques d'entreprises et pays investissant à l'étranger. L'opposant, par contre, est une entreprise

spécialisée dans la gestion d'actifs, ce qui réduit selon le défendeur considérablement le risque de confusion entre les services rendus par les deux entités.

27. Sur les services en classe 45, le défendeur note « que l'opposant cherche à étendre de manière artificielle le champ de protection conféré par sa marque pour des services en classe 36 à d'autres services (non couverts) qui présenteraient un lien, aussi infime soit-il, avec les services effectivement couverts ». Selon lui, « à suivre pareil raisonnement, les services juridiques pourraient en réalité être couverts par toutes les classes de services de la classification de Nice dans la mesure où toute activité comporte de facto un volet juridique ». Les services sont donc dissimilaires, conclut le défendeur.

28. Selon le défendeur, le niveau d'attention du public concerné pour les services en classe 36 peut être considéré comme étant plus élevé que la moyenne puisque le choix d'une assurance, du gestionnaire de ses finances, voire de tout produit financier, se fera avec une certaine prudence. Ces services s'adressent au grand public ainsi qu'aux professionnels.

29. Le défendeur conclut que, tenant compte de ce qui précède, les deux marques créent une impression globale différente. Il n'existe, selon lui, pas de risque de confusion sur l'origine des services offerts sous lesdites marques.

30. Il demande à l'Office de déclarer l'opposition non-fondée, d'accepter l'enregistrement du signe contesté et de condamner l'opposant au paiement des frais.

### **III. DECISION**

#### **A.1. Risque de confusion**

31. 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.

32. 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 ».

33. 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 Etats 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**

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

35. 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 Canon et Lloyd Schuhfabrik Meyer, déjà cités).

36. Les signes à comparer sont les suivants :

Opposition basée sur :	Opposition dirigée contre :
AMUNDI	CREDIMUNDI

*Comparaison conceptuelle*

37. Le droit invoqué est une marque verbale, composée de six lettres : « AMUNDI ». Le dépôt contesté est également une marque verbale, composée de dix lettres : « CREDIMUNDI ».

38. Bien que le consommateur moyen perçoive en règle générale une marque comme un tout et ne se livre pas à un examen de ses différents détails (CJUE, Lloyd, déjà cité), il décomposera celle-ci en des éléments verbaux qui, pour lui, suggèrent une signification concrète ou qui ressemblent à des mots qu'il connaît (TUE, arrêt Vitakraft, T-356/02, 6 octobre 2004, arrêt RESPICUR, T-256/04, 13 février 2007 ; arrêt ECOBLUE, T-281/07, 12 novembre 2008).

39. En l'espèce, le signe contesté, « CREDIMUNDI », sera décomposé par le public pertinent en deux parties : « CREDI » et « MUNDI ». L'opposant ainsi que le défendeur partagent l'opinion que l'élément « CREDI » renvoie à « crédit » (voir points 16 et 24). Selon l'Office, il est question d'un élément peu distinctif pour les services concernés.

40. Bien que l'élément « MUNDI » ne soit pas un terme générique susceptible d'être dépourvu de caractère distinctif, il jouit néanmoins d'une certaine force évocatrice (comme le mentionnent l'opposant et le défendeur ; voir points 16 et 24), dans la mesure où il est très proche, compte tenu également de sa signification en latin (« du monde »), de la dénomination française « monde » et des adjectifs

« mondial » en français et « mundial » en anglais (TUE, Mundicor, T-183/02 et T-184/02, 17 mars 2004).

41. Toutefois, l'existence d'une similitude conceptuelle doit être appréciée sur les marques prises dans leur ensemble (TUE, Mundicor, déjà cité). Dans le cas présent, celles-ci n'ont pas de signification particulière. Une comparaison conceptuelle n'est donc pas pertinente.

#### *Comparaison visuelle*

42. Comme évoqué ci-dessus (voir point 39), l'Office considère que la signification du préfixe « CREDI » dans le signe contesté sera immédiatement comprise par le public pertinent qui lui attribuera peu de pouvoir distinctif.

43. La partie dominante du signe contesté est composée de cinq des six lettres du droit invoqué, reprises à l'identique : les lettres « MUNDI ».

44. Vu ce qui précède, il existe un certain degré de ressemblance visuelle entre les signes.

#### *Comparaison phonétique*

45. Le droit invoqué est composé de trois syllabes : [a]-[moun]-[di]. Le signe contesté en comporte quatre : [kré]-[di] -[moun]-[di]. Les deux dernières syllabes sont prononcées à l'identique.

46. Sur le plan phonétique, les signes ont un certain degré de ressemblance.

#### *Conclusion*

47. Les signes ont un certain degré de ressemblance sur les plans visuel et phonétique. Une comparaison conceptuelle n'est, en l'espèce, pas pertinente.

#### **Comparaison des services**

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

49. Lors de la comparaison des services du droit invoqué avec les services contre lesquels l'opposition est dirigée, sont pris en considération les services tels que formulés au registre, ou encore tels qu'indiqués dans la demande de marque. L'Office ne peut donc pas tenir compte de la remarque du défendeur selon laquelle son entreprise vise d'autres services que ceux de l'opposant (voir point 26).

50. Les services à comparer sont les suivants :

<b>Opposition basée sur :</b>	<b>Opposition dirigée contre :</b>
-------------------------------	------------------------------------

	<p>CI 35 Conseil en organisation et direction des affaires; aide à la direction des affaires; expertise en affaires; renseignements d'affaires; investigation et recherche pour affaires; estimation en affaires commerciales; recherche de marchés.</p>
<p>CI 36 Assurances, consultations et informations en matières d'assurances, services de souscription d'assurances, assurance sur la vie, services d'assurance-crédit; caisses de prévoyance; estimations et expertises fiscales; actuariat; affaires financières, affaires bancaires, affaires monétaires; consultations en matière financière, informations, analyses et estimations financières, services de financement, opérations et transactions financières, crédit, crédit-bail, prêt sur gage, prêt sur nantissement, cautions; recouvrement de créances; constitution et placement de capitaux, épargne; banque directe; sociétés de gestion d'actifs; gestion de patrimoines mobiliers ou immobiliers, de fortunes, de portefeuilles financiers, produits financiers, SICAV (sociétés d'investissements à capital variable), fonds communs de placement (FCP), SCPI (sociétés civiles de placement immobilier), OPC (organismes de placements collectifs), OPCVM (organismes de placements collectifs en valeurs mobilières), OPCI (organismes de placements collectifs en immobilier); agences de change, dépôts de valeurs, dépôts en coffres-forts; transfert électronique de fonds; opérations monétaires, opérations de change, opérations de compensation; cote en bourse, courtage en bourse; émission de bons de valeur, de lettres de crédits et de chèques de voyage; services de cartes de débits et de cartes de crédits; affaires immobilières, gérance d'immeubles, expertise immobilière, agences immobilières (vente et location de fonds de commerces et d'immeubles); parrainage et mécénat financier.</p>	<p>CI 36 Assurances; assurance-crédit; cautions; assurance du risque politique lié aux investissements directs à l'étranger; consultation en matières d'assurances et financières; services de financement; services de financement de garanties; estimation financière et informations financières; expertise financière; services d'évaluation financière à des fins d'assurance; mise à disposition d'informations en ligne en matière de services financiers et d'assurance; services d'expertises d'assurances en matière de risque politique lié aux investissements directs à l'étranger.</p>
	<p>CI 45 Services juridiques.</p>



51. S'agissant des services de la classe 35, il convient de relever qu'ils se distinguent par leur nature et leur destination des services de la classe 36. En effet, ces services sont destinés à des professionnels dans le cadre de leurs activités alors que les services relevant de la classe 36 peuvent tout aussi bien s'adresser à un public de professionnels qu'à des consommateurs moyens. Tandis que les services de la classe 35 visent l'aide à l'exploitation ou la direction d'une entreprise commerciale ou l'aide à la direction des affaires ou des fonctions commerciales d'une entreprise industrielle ou commerciale, tous ceux de la classe 36 visent des services rendus dans le cadre d'assurances et d'affaires financières et monétaires, ce qui inclut notamment les services de tous les instituts bancaires ou institutions en rapport avec eux (TUE, arrêt CITIGATE, T-301/09, 26 septembre 2012).

52. Il n'en demeure pas moins, toutefois, que les services de la classe 35 auront nécessairement des connexions avec les secteurs bancaire et financier. Ainsi, les services *conseil en organisation et direction des affaires; aide à la direction des affaires; expertise en affaires; renseignements d'affaires; investigation et recherche pour affaires; estimation en affaires commerciales; recherche de marchés* auront nécessairement des implications financières pour les entreprises qui souhaitent, par exemple, s'implanter sur un nouveau marché et, pour ce faire, désirent connaître quels investissements elles devront faire pour y entrer et quels pourront en être pour elles les bénéfices. En ce sens, il existe un certain lien, voire une certaine complémentarité, entre ces services et, notamment, les services *consultations en matière financière, informations, analyses et estimations financières, services de financement* (TUE, arrêt CITIGATE, déjà cité).

53. Les services ont un certain degré de similarité.

#### Classe 36

54. Les services *assurances; assurance-crédit; cautions; consultation en matières d'assurances et financières; services de financement; estimation financière et informations financières* sont identiques dans les deux listes.

55. Les *services de financement de garanties* sont une spécification des *services de financement* de l'opposant et sont identiques.

56. L'*assurance du risque politique lié aux investissements directs à l'étranger* est une spécification des services *assurances* du droit invoqué et est identique à ces derniers.

57. Les *services expertise financière; services d'évaluation financière à des fins d'assurance; mise à disposition d'informations en ligne en matière de services financiers et d'assurance; services d'expertises d'assurances en matière de risque politique lié aux investissements directs à l'étranger* sont similaires aux services *assurances* et *affaires financières* du droit invoqué. Ils ont la même nature, la même destination et sont en général proposés par les mêmes entreprises.

#### Classe 45

58. Les *services juridiques* sont similaires à certains services du droit invoqué, notamment aux *services assurances; expertises fiscales; prêt sur gage et prêt sur nantissement*. Ces derniers peuvent

concerner le droit d'assurance (le droit qui régit les relations entre les assurés et les assureurs<sup>1</sup>), le droit de gage et de nantissement ainsi que le droit fiscal (la branche du droit recouvrant l'ensemble des règles de droit relatives aux impôts)<sup>2</sup>. Pour bien accomplir ces services, l'opposant pourra faire usage de l'expertise d'un juriste spécialisé dans une des matières mentionnées. Il existe donc une certaine complémentarité entre ces services. Ils peuvent également être concurrents, puisque le consommateur pourrait décider de faire appel à un juriste spécialisé au lieu d'un assureur-conseil ou d'un agent comptable.

### *Conclusion*

59. L'Office considère que les services en cause sont identiques ou similaires.

### **A.2. Appréciation globale**

60. 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.

61. Le consommateur moyen est censé être normalement informé et raisonnablement attentif et avisé. Il faut tenir compte du fait qu'il 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 services en classe 36, il peut être constaté que le choix d'une assurance, du gestionnaire de son capital, voire de tout produit financier se fera avec une certaine prudence et après avoir procédé à une comparaison de différentes offres. Le niveau d'attention du public concerné pour ces services peut donc être considéré comme étant plus élevé que moyen (OBPI, décision d'opposition DE MUNT, 2002514, 4 septembre 2009).

62. L'appréciation globale implique une certaine interdépendance entre les facteurs pris en compte, et notamment la similitude des marques et celle des produits ou services désignés. Ainsi, un faible degré de similitude entre les produits ou services désignés peut être compensé par un degré élevé de similitude entre les marques, et inversement (arrêts Canon et Lloyd, précités).

63. 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). Étant donné que le droit invoqué n'a aucune signification précise en rapport avec les services invoqués, l'Office considère qu'il dispose d'un pouvoir distinctif normal. L'opposant soutient que le droit invoqué bénéficie d'une large exploitation au Benelux et est bien connu du public concerné (voir point 19). L'Office constate qu'il n'a fourni aucune pièce à l'appui de cette affirmation. D'ailleurs, dans le cas précis, cet argument n'a pas d'influence sur le résultat final de la procédure d'opposition.

64. Au vu de la ressemblance entre les signes d'une part et, d'autre part, de l'identité ou de la similitude des services en cause, l'Office estime que le public peut croire que les services

---

<sup>1</sup> [http://fr.wikipedia.org/wiki/Droit\\_des\\_assurances](http://fr.wikipedia.org/wiki/Droit_des_assurances)

<sup>2</sup> [http://fr.wikipedia.org/wiki/Droit\\_fiscal](http://fr.wikipedia.org/wiki/Droit_fiscal)

concernés proviennent de la même entreprise ou d'entreprises économiquement liées, et ce, malgré le niveau d'attention plus élevé pour certains services.

## **B. Autres facteurs**

65. En ce qui concerne le renvoi du défendeur à la jurisprudence de l'OHMI (voir point 25), l'Office rappelle que dans le cadre de la procédure d'opposition, il prend ses décisions sur base de la réglementation en vigueur au Benelux exclusivement. Ni sa propre pratique décisionnelle antérieure, ni celle d'autres instances nationales ou européennes ne lient l'Office (voir OBPI, décision d'opposition ZOE, 2001789, 28 juillet 2009 ; également par analogie : TUE, arrêt CURON, T-353/04, 3 mai 2007).

66. Il convient enfin de noter que la procédure d'opposition devant l'Office ne prévoit pas de condamnation de la partie perdante au paiement des frais et dépens de l'instance. L'article 2.16, alinéa 5, CBPI et la règle 1.32, alinéa 3, du Règlement d'exécution (ci-après : « RE ») prévoient uniquement qu'un montant équivalent à la taxe de base pour l'opposition est à charge de la partie perdante.

## **C. Conclusion**

67. Sur base de ce qui précède, l'Office conclut qu'il est question de risque de confusion entre les signes en cause.

## **IV. CONSÉQUENCE**

68. L'opposition numéro 2008550 est justifiée.

69. Le dépôt Benelux portant le numéro 1260616 n'est pas enregistré.

70. 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 et la règle 1.32, alinéa 3 du RE. Cette décision forme titre exécutoire en vertu de l'article 2.16, alinéa 5 CBPI.

La Haye, le 29 mai 2015

Cocky Vermeulen  
(rapporteur)

Camille Janssen

Willy Neys

Agent chargé du suivi administratif : Cees van Swieten