

OFFICE BENELUX DE LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE

DECISION en matière d'OPPOSITION

N° 2009833

du 23 novembre 2015

Opposant : **Continental Bakeries (Haust) B.V.**

Pieter Zeemanweg 17

3316 GZ Dordrecht

Pays-Bas

Mandataire : **Novagraaf Nederland B.V.**

Hoogoorddreef 5

1101 BA Amsterdam

Pays-Bas

Marque invoquée 1 : **Enregistrement Benelux 937288**



Marque invoquée 2 : **Enregistrement Benelux 942476**



Marque invoquée 3 : Enregistrement Benelux 942477



contre

Défendeur : **STOCK-PRALIM Société Anonyme**
Rue de Marrakech 47
60000 Oujda
Maroc

Mandataire : **IN CONCRETO**
Rue de l'Isly 9
75008 Paris
France

Marque contestée : **Dépôt Benelux 1284184**



I. FAITS ET PROCEDURE

A. Faits

1. Le 12 février 2014, le défendeur a introduit, pour distinguer des produits en classe 30, le dépôt Benelux de la marque complexe suivante :



Ce dépôt a été mis à l'examen sous le numéro 1284184 et a été publié le 7 mars 2014.

2. Le 6 mai 2014, l'opposant a introduit une opposition contre l'enregistrement de ce dépôt. L'opposition est basée sur les marques antérieures suivantes :

- enregistrement Benelux 937288, déposé le 26 avril 2013 et enregistré le 12 août 2013 pour des produits en classe 30 de la marque complexe suivante :



- enregistrement Benelux 942476, déposé le 8 août 2013 et enregistré le 11 novembre 2013 pour des produits en classe 30 de la marque complexe suivante :



- enregistrement Benelux 942477, déposé le 8 août 2013 et enregistré le 11 novembre 2013 pour des produits en classe 30 de la marque complexe suivante :



3. Il ressort du registre que l'opposant est effectivement le titulaire des droits invoqués.
4. L'opposition est introduite contre tous les produits 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 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 mai 2014, 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 commencé le 9 juillet 2014. Le 14 juillet 2014, l'Office a adressé aux parties un avis relatif au début de la procédure, un délai jusqu'au 14 septembre 2014 inclus étant imparti à l'opposant pour introduire ses arguments et pièces.
9. Le 12 septembre 2014, l'opposant a introduit des arguments et pièces étayant l'opposition. Le 2 octobre 2014, l'Office a erronément informé les parties que l'opposition était classée sans suite étant donné que l'opposant n'avait pas introduit des arguments et pièces. L'Office a rectifié cette erreur et a envoyé les arguments et pièces de l'opposant, accompagnés d'une traduction, au défendeur le 23 octobre 2014, un délai jusqu'au 23 décembre 2014 inclus étant imparti à ce dernier pour y répondre.
10. Le 3 décembre 2014, le défendeur a réagi aux arguments de l'opposant. Cette réaction a été transmise par l'Office à l'opposant en date du 11 décembre 2014. Dans cette lettre l'Office avait indiqué que l'opposant n'avait pas réagi à la demande de preuves d'usages émise par le défendeur, alors que ce dernier n'avait pas fait cette requête et n'aurait pas pu la faire vu que les droits invoqués n'avaient été enregistrés qu'en 2013. L'Office a informé les parties le 26 janvier 2015 qu'il s'agissait d'une erreur de sa part et que le paragraphe erroné doit être considéré comme nul et non avenu.
11. Chaque partie a introduit ses observations dans les délais impartis par l'Office.

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

II. MOYENS DES PARTIES

13. 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 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

14. L'opposant estime qu'il n'y a pas de ressemblance entre les marques sur le plan phonétique.

15. L'opposant soutient que, conceptuellement, les marques sont identiques ou en tout cas, très ressemblantes. Il explique que pour toutes les marques en question, l'élément figuratif distinctif est un petit homme en mouvement, riant et habillé de vêtements ressemblant à ceux d'un aventurier. Selon l'opposant, les représentations des marques ont donc une signification conceptuelle identique.

16. Visuellement, c'est l'élément figuratif des marques invoquées et celui du signe contesté qui sautent le plus aux yeux. Le petit homme qui figure sur l'emballage du défendeur ressemble, « au niveau look et sensation », très fortement au petit homme BRINKY (enregistrement Benelux 937288), selon l'opposant. Par ailleurs, les deux signes possèdent un arrière-plan évoquant la jungle, l'environnement typique d'un aventurier. Enfin les éléments verbaux sont représentés au sein des marques dans le même genre de caractères et entourés d'un liseré blanc. L'opposant conclut que les signes sont visuellement très ressemblants.

17. En ce qui concerne la comparaison des produits, l'opposant considère que les produits couverts par le signe contesté sont identiques à ceux couverts par l'enregistrement des marques antérieures.

18. Compte tenu d'une part de l'identité entre les produits et d'autre part de la ressemblance élevée entre les marques aux niveaux visuel et conceptuel, il existe un risque de confusion direct. Vu l'existence d'autres produits d'apparence similaires référant à la vie d'aventurier et les ressemblances élevées avec les enregistrements Benelux antérieurs invoqués par l'opposant, le consommateur confondra l'origine de ces produits. C'est pourquoi l'opposant prie l'Office de refuser l'enregistrement du signe contesté pour tous les produits en cause et de condamner le défendeur à tous les frais de cette opposition et, le cas échéant, de restituer les taxes.

B. Réaction du défendeur

19. En ce qui concerne les produits, le défendeur établit qu'il s'agit, dans les deux cas, de préparations faites de céréales. Il est donc difficile de contester qu'ils sont identiques. En revanche, il fait observer qu'il faut prendre en compte tous les aspects pertinents du cas d'espèce. Or, il n'est pas question de produits ayant la même nature, ni le même usage.

20. En ce qui concerne la comparaison des signes, et en particulier la comparaison avec l'enregistrement Benelux 937288, le défendeur fait valoir que les marques ne présentent manifestement pas de ressemblances visuelles, leurs forme, couleur et style étant nettement différents. Phonétiquement, les marques ne présentent manifestement pas de ressemblances, vu que le signe contesté contient 7 syllabes, alors que les droits invoqués n'en contiennent qu'une, notamment le « B ». De plus, le son « Bé » n'est pas repris dans le signe contesté. D'après le défendeur, ceci rend le rythme des marques en présence différent. Par ailleurs, les marques n'ont aucune similitude conceptuelle. Le défendeur soutient que son signe évoque l'idée de l'aventurier dans la jungle. Par contre, la marque antérieure est composée uniquement d'un petit homme qui, contrairement à celui du signe contesté, n'évoque en rien l'esprit d'aventure en milieu tropical.

21. De plus, le défendeur compare son signe avec les droits antérieurs Benelux 942476 et 942477 de l'opposant. Il conclut que visuellement les marques ne présentent manifestement pas de ressemblances, leurs forme, couleur et style étant nettement différents. Phonétiquement, il est d'avis que les marques ne présentent pas de ressemblances car le rythme et le son produit par la lecture des signes en présence diffèrent manifestement. Finalement, le défendeur considère qu'il n'y a pas non plus de similitude conceptuelle entre les signes vu que le signe contesté évoque l'univers de la jungle, ce qui n'est pas le cas pour les droits antérieurs de l'opposant.

22. Dans ces conditions, le défendeur conclut que la seule similitude avec les signes contestés porte sur la présence d'un petit personnage masculin dont les caractéristiques en termes de graphisme, style et couleur sont différentes. De plus, les signes se distinguent clairement dans tous leurs aspects dominants et distinctifs, de sorte que le consommateur ne sera pas amené à les confondre. Par conséquent, l'opposition doit être rejetée et la marque contestée enregistrée pour tous les produits qu'elle désigne.

III. DECISION

A.1. Risque de confusion

23. 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 b, CBPI.

24. 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* ».

25. 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 produits

26. 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, déjà cité).

27. Lors de la comparaison des produits du droit invoqué à ceux contre lesquels l’opposition est dirigée, sont respectivement considérés, les produits tels que formulés au registre et les produits tels qu’indiqués dans la demande de marque.

28. Les produits à comparer sont les suivants :

Opposition basée sur :	Opposition dirigée contre :
Cl 30 Pain, biscuits, gâteaux, pâtisserie et confiserie.	Cl 30 Farines et préparations faites de céréales, pain, pâtisserie et confiserie, biscuits, gaufrette.

29. Les produits « *pain, pâtisserie et confiserie, biscuits* » du signe contesté sont identiques aux produits « *pain, biscuits, pâtisserie et confiserie* » des marques invoquées qui sont repris *expressis verbis*.

30. Les produits « *gaufrette* » du signe contesté étant un type de biscuits, ils peuvent être considérés comme identiques aux « *biscuits* » repris dans la liste de l’opposant. Lorsque les produits visés par les marques antérieures incluent les produits visés par la demande de marque, ces produits sont considérés comme identiques (voir TUE, T-522/10, Hell, 17 janvier 2012).

31. Les produits « *préparations faites de céréales* » du défendeur sont identiques, ou au moins fortement similaires, aux « *pain, biscuits* » de l’opposant car les produits que désignent les droits invoqués sont inclus dans une catégorie plus générale visée par la demande de marque. À cet égard, en application d’une jurisprudence constante, l’Office rappelle que des produits peuvent être considérés comme identiques lorsque les produits que désigne la marque antérieure sont inclus dans une catégorie plus générale visée par la demande de marque. En effet, c’est au demandeur de marque, et non à l’Office, qu’il incombe de limiter, le cas échéant, la demande d’enregistrement de marque à certains produits non couverts par la marque antérieure. L’Office n’a pas l’obligation de procéder à une analyse de chacun des produits faisant partie de chaque catégorie visée par la demande de marque, mais doit porter son examen sur la catégorie en question, en tant que telle (voir TUE, Metabiomax, T-281/13, 11 juin 2014).

32. Les produits « farines » du défendeur ne sont pas similaires aux produits « pain, biscuits, gâteaux, pâtisserie » de l’opposant. Ces produits ne proviennent pas des mêmes fabricants et n’ont pas les mêmes points de vente (GEU, Caffé KIMBO, T-277/12, 20 mars 2013). Le seul fait que la farine est utilisée pour la préparation des produits de l’opposant ne suffit pas pour établir une similarité entre eux. Ils diffèrent par leurs nature, origine, but et mode d’emploi. De plus, ce fait n’implique pas non plus un lien de complémentarité entre les produits contestés du défendeur et ceux de l’opposant. La complémentarité concerne seulement l’usage des produits, mais pas leur processus de production (GEU, Flaco, T-74/10, 11 mai 2011).

Conclusion


33. La majorité des produits de la classe 30 visés par le signe contesté doivent être considérés, soit comme identiques, soit comme étant fortement similaires, soit comme similaires aux produits pour lesquels les droits invoqués sont enregistrés. En revanche, les produits « farines » en classe 30 du signe contesté ne sont pas similaires.

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’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 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.

36. Le signe contesté sera d’abord comparé avec le droit antérieur Benelux 937288 :

Opposition basée sur :	Opposition dirigée contre :
	

Comparaison visuelle

37. Le droit invoqué est une marque complexe, représentant un petit homme ayant le style d'un aventurier. Cet homme est habillé d'un pantalon jeans ceinturé, d'un T-shirt blanc, d'une chemise ouverte à carreaux dans les teintes brunes, de chaussures de marche et d'un chapeau portant une lettre B de couleur blanche. Cet homme est représenté en train de marcher. Il a les cheveux bruns courts, les yeux bleus, des sourcils bruns, une barbe de quelques jours. Il arbore un grand sourire qui découvre ses dents supérieures.

38. Le signe contesté est également une marque complexe, représentant un emballage pour biscuits. La partie illustrée du signe, bordée en haut et en bas par une bande horizontale brune, représente l'univers d'une jungle avec des arbres et animaux tropicaux, des petits morceaux de chocolat ainsi qu'un petit homme souriant, ayant l'apparence et les vêtements d'un aventurier. Cet homme est habillé de chaussures ocre aux semelles grises, d'un pantalon vert, d'une veste multipoches brun clair, d'une chemise beige et d'un chapeau brun foncé. Il a les cheveux et les yeux bruns et il est en train de courir. Dans le coin inférieur gauche de l'emballage, figure un bol rouge, rempli de lait et de biscuits en forme d'animaux. Dans le bol est piqué un petit drapeau rouge portant l'inscription « spécial petit déjeuner ». Sur le côté du bol est écrit « SAVEUR Cacao ». Dans le coin supérieur gauche de l'emballage figure, sur un fond rouge de forme abstraite, le nom Excelo en caractères blancs. Dans la partie supérieure de l'illustration on peut lire « ADAMO l'aventurier », « ADAMO » en grosses lettres capitales bleues ; « l'aventurier » au-dessous, en capitales blanches plus petites. Le signe contesté montre aussi un côté de l'emballage, sur lequel semblent être données des informations nutritionnelles sur les biscuits.

39. Lorsqu'une marque est composée d'éléments verbaux et figuratifs, les premiers devraient, en principe, être considérés comme plus distinctifs que les seconds, car le consommateur moyen fera plus facilement référence au produit en cause en citant le nom qu'en décrivant l'élément figuratif de la marque (TUE, SELENIUM-ACE, T-312/03, 14 juillet 2005). Dans le signe contesté figurent les mots « ADAMO l'aventurier ». Par contre, dans la marque antérieure il n'y pas d'élément verbal, sauf la lettre B sur le chapeau du petit homme. Sur le plan visuel, le public pertinent percevra dans l'ensemble du signe contesté la représentation d'un petit homme aventurier. Toutefois, l'Office estime que cet élément figuratif n'empêchera pas que l'élément verbal « ADAMO l'aventurier » soit perçu par le consommateur moyen comme l'élément dominant vu la taille des caractères utilisés et sa position centrale dans l'illustration ; ceci d'autant plus que ce consommateur fera référence au signe contesté en utilisant son nom ADAMO l'aventurier. Les additions 'Spécial Petit Déjeuner' et 'Saveur Cacao' seront comprises comme descriptives pour les biscuits et pas comme des signes distinctifs. Quant à l'addition 'Excelo', l'Office considère qu'elle ne sera pas perçue par le public vu sa petite taille. Dans l'impression d'ensemble du signe, des emballages et leurs couleurs ne seront en principe pas perçus par le consommateur comme constituant une marque (voir décision d'opposition OBPI, 2002421, Très bien être, 17 août 2009). L'Office estime que l'élément verbal « B » dans la marque antérieure ne ressemble pas à l'élément dominant du signe contesté.

40. En ce qui concerne les éléments figuratifs, la marque ainsi que le signe ont en commun l'image d'un petit homme. Ces deux hommes sont habillés comme des aventuriers. L'Office considère que l'homme dans le droit invoqué est plus âgé que celui dans le signe contesté, vu qu'il a une barbe

de quelques jours. Bien qu'ils soient tous les deux en mouvement et qu'ils aient l'apparence d'un aventurier, ils sont cependant habillés de manière différente. Dans le droit invoqué, le chapeau du petit homme porte un 'B' blanc. L'homme est habillé d'une chemise à carreaux, d'un T-shirt blanc, d'un jeans et des bottes brunes. Par contre, dans le signe contesté le petit homme porte un chapeau brun foncé, sans inscription, une chemise beige, une veste multipoches brun clair, un pantalon vert et des chaussures ocre aux semelles grises. De plus, l'homme se trouve dans l'univers d'une jungle.

41. L'Office conclut qu'il existe un degré limité de ressemblance sur le plan visuel entre la marque antérieure et le signe contesté à cause de la présence d'un petit homme ressemblant à un aventurier dans les deux signes.

Comparaison phonétique

42. 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 (TUE, PC WORKS, T-352/02, 25 mai 2005 et TUE, Thai Silk, T-361/08, 21 avril 2010). Le public concerné, amené à se référer aux signes en conflit, prononcera donc exclusivement l'élément verbal de ceux-ci et non le terme correspondant à l'image de l'élément figuratif. Le signe contesté sera prononcé comme « ADAMO l'aventurier », vu que ces mots seront perçus par le public pertinent comme l'élément dominant.

43. Par contre, en ce qui concerne des marques purement figuratives, il ressort de la jurisprudence que, lorsqu'une marque purement figurative représente une forme que le public pertinent est facilement à même de reconnaître et d'associer à un mot précis et concret, c'est par ce mot qu'il désignera ladite marque, tandis que si une marque figurative comporte également un élément verbal, ce sera en principe par l'emploi de celui-ci que ledit public se référera à cette dernière marque (TUE, GelenkGold, T-599/13, 7 mai 2015). Dans le cas d'espèce l'Office considère que le droit invoqué, soit ne sera pas prononcé par la plupart du public pertinent, soit sera prononcé comme « B », supposant que cette lettre sera perçue par ce public.

44. L'Office conclut qu'il n'y a pas de ressemblance phonétique entre la marque et le signe.

Comparaison conceptuelle

45. Le droit invoqué est une marque presque purement figurative faisant référence, soit à la lettre B, qui n'a en elle-même pas de signification précise, soit à un petit homme, dont ces termes correspondent à l'image de l'élément figuratif.

46. Le public pertinent percevra le mot « ADAMO » comme un prénom. Les prénoms n'ont en principe pas de signification précise (voir décision OBPI, Rachel, 20002674, 1 juillet 2009). « L'aventurier » sera reconnu comme une personne qui cherche l'aventure.

47. Bien que les signes en conflit véhiculent tous les deux le concept d'un petit homme portant un chapeau, l'Office estime que l'impression globale de lesdits signes diffère. Pour ces raisons, l'Office

conclut qu'il n'existe qu'un degré limité de ressemblance conceptuelle entre la marque antérieure et le signe contesté.

48. Dans la mesure où les signes en conflit véhiculent tous les deux le concept d'un petit homme, l'Office conclut qu'il existe un degré limité de ressemblance conceptuelle entre la marque antérieure et le signe contesté.

Conclusion

49. L'Office est d'avis que la marque antérieure et le signe contesté présentent un degré limité de ressemblance sur le plan visuel et conceptuel, mais ne se ressemblent pas sur le plan phonétique.

50. Le signe contesté sera comparé ci-après avec les droits antérieurs 942476 et 942477 (Brinky). Ces deux droits étant presque identiques, ils seront traités ensemble.

Opposition basée sur:	Opposition dirigée contre:
	
	

Comparaison visuelle

51. Les droits invoqués sont des marques complexes représentant un emballage pour biscuits. Ces emballages de forme carrée et de couleur orange ont les côtés gauches et droits dentelés. Une bande (verte dans le droit antérieur 942476 et jaune/orange dans le droit antérieur 942477) traverse l'emballage en diagonale, du coin inférieur gauche au coin supérieur droit. Sur ces bandes figurent des dessins de plantes, des photos de biscuits au chocolat, respectivement ronds (pour le droit antérieur

942476) ou carrés (pour le droit antérieur 942477), ainsi que l'image d'un petit homme. Cet arrière-plan d'images de plantes, sur lequel figure le petit homme Brinky, n'évoque pas un décor spécifique. Le petit homme est identique à celui qui a été déposé comme marque antérieure 937288. En ce qui concerne la description de l'impression visuelle de ce petit homme, l'Office réfère au point 37 ci-dessus. La seule différence est qu'ici il tient dans une main un biscuit au chocolat auquel il manque déjà un morceau, et dans l'autre une lampe de poche (le droit antérieur 942476) ou des jumelles (le droit antérieur 942477). Dans le coin inférieur droit des emballages figure l'image d'un biscuit au chocolat à moitié sorti de son sachet.

52. Le signe contesté est également une marque complexe représentant un emballage pour biscuits. En ce qui concerne la description de l'impression visuelle du signe contesté, l'Office réfère au point 38 ci-dessus.

53. Le consommateur moyen n'aura souvent qu'un souvenir imparfait des marques. Un tel consommateur, n'ayant pas les droits invoqués et le signe contesté en tête et n'étant donc pas en mesure de faire une comparaison détaillée, ne gardera qu'une image limitée des caractéristiques des marques et signe en cause. De plus, l'Office considère que, lorsqu'une marque est composée d'éléments verbaux et figuratifs, les premiers devraient en principe être considérés comme plus distinctifs que les seconds, car le consommateur moyen fera plus facilement référence au produit en cause en citant le nom qu'en décrivant l'élément figuratif de la marque (TUE, SELENIUM-ACE, T-312/03, 14 juillet 2005). En l'espèce, « ADAMO l'aventurier » et « Brinky » ne se ressemblent pas sur le plan visuel.

54. Bien que les signes aient en commun la représentation d'un petit homme souriant, marchant et ayant l'apparence d'un aventurier, l'Office estime que les différences entre les droits invoqués et le signe contesté, à savoir le style des représentations de ces hommes, les couleurs utilisées, les éléments verbaux, suffisent à neutraliser pour la plupart les éléments de ressemblance constatés.

55. Il y a un degré limité de ressemblance visuelle entre la marque antérieure et le signe contesté, selon l'Office.

Comparaison phonétique

56. Les droits invoqués et le signe contesté sont des marques semi-figuratives. Le public concerné, amené à se référer auxdites marques, prononcera exclusivement l'élément verbal de celle-ci et non le terme correspondant à l'image de l'élément figuratif (TUE, Thai Silk, T-361/08, 21 avril 2010).

57. Les droits invoqués seront prononcés comme Brinky. Par contre, le signe contesté sera prononcé comme « ADAMO l'aventurier », ces trois mots formant l'élément dominant dans le signe contesté (voir point 42 *infra*), selon l'Office.

58. Il n'y a pas de ressemblance phonétique entre les droits invoqués et le signe contesté.

Comparaison conceptuelle

59. Les droits invoqués renvoient à un emballage pour biscuits sur lequel est repris l'image d'un petit homme. L'élément verbal Brinky, qui figure sur cet emballage, n'a lui-même pas de signification précise.

60. En ce qui concerne la description de l'impression conceptuelle du signe contesté, l'Office réfère au point 46.

61. Selon l'Office, il existe un degré de ressemblance conceptuelle limité entre les marques antérieures et le signe contesté dans la mesure où ils sont tous des emballages pour biscuits représentant un petit homme.

Conclusion

62. L'Office conclut que les marques antérieures et le signe contesté présentent un degré limité de ressemblance sur le plan visuel et conceptuel. Ils ne se ressemblent pas sur le plan phonétique.

A.2. Appréciation globale

63. 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.

64. 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).

65. Il convient de prendre en considération le fait que le niveau d'attention du consommateur moyen est susceptible de varier en fonction de la catégorie de produits ou services en cause (arrêt Lloyd, déjà cité). Les produits en cause s'adressent essentiellement au grand public et sont des produits de consommation quotidienne et de coût relativement bas. Il faut conclure que dans le cas précis un niveau d'attention moyen doit être retenu.

66. L'Office relève que le risque de confusion est d'autant plus élevé que le caractère distinctif des marques antérieures s'avèrent importantes. 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, déjà cité). Comme les marques invoquées n'ont pas de signification en relation avec les produits revendiqués, elles disposent d'un caractère distinctif normal. Un caractère distinctif élevé n'a pas été invoqué par les parties.

67. Les produits en cause sont des produits de consommation quotidienne vendus dans des supermarchés où ils sont présentés dans des rayonnages. Les aspects visuels ainsi que phonétiques joueront donc un rôle important pendant la décision d'achat du consommateur. L'Office a constaté que phonétiquement les signes ne se ressemblent pas du tout et visuellement ils ne se ressemblent que dans un degré limité. Par conséquent les différences des signes l'emportent sur les faibles ressemblances. L'Office est d'avis que l'impression d'ensemble des signes diffère et que tout risque de confusion ou d'association est donc exclu, et ce même en présence de produits identiques et fortement similaires.

B. Autres facteurs

68. La procédure d'opposition auprès de l'Office ne prévoit pas de condamnation de la partie perdante au paiement des dépens de l'autre partie (voir point 18). 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 équivalant à la taxe de base de l'opposition est à charge de la partie perdante.

C. Conclusion

69. Sur base de ce qui précède, l'Office conclut qu'il n'existe pas de risque de confusion pour les produits identiques et fortement similaires.

IV. CONSÉQUENCE

70. L'opposition portant le numéro 2009833 n'est pas justifiée.

71. Le dépôt Benelux numéro 1284184 est enregistré

72. 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.

73. La Haye, le 23 novembre 2015

Tineke Van Hoey
(rapporteur)

Saskia Smits

Diter Wuytens

Agent chargé du suivi administratif: Paul Vink