

OFFICE BENELUX DE LA PROPRIETE INTELLECTUELLE
DECISION en matière d'OPPOSITION
N° 2013071
du 20 décembre 2019

Opposant : **INTERLAC HOLDING S.A.**

Le Verney
1070 Puidoux
Suisse

Mandataire : **Marks & Clerk (Luxembourg) LLP**

B.P. 1775
1017 Luxembourg
Luxembourg

Marque invoquée : **Enregistrement international 1162354**



contre

Défendeur : **LABORATORI ZAUBER SRL**

Via Rosso Medardo 15
20159 MILANO
Italie

Mandataire : **BUREAU CALLEWAERT B.V.B.A.**

Brusselsesteenweg 108
3090 Overijse
Belgique

Marque contestée : **Dépôt international 1333881**

AKTIDERM

I. FAITS ET PROCEDURE

A. Faits

1. Le 7 juillet 2016, le défendeur a procédé au dépôt international, désignant entre autres le Benelux, de la marque complexe **AKTIDERM** pour distinguer des produits et services en classes 3, 5 et 44. Ce dépôt a été mis à l'examen sous le numéro 1333881 et a été publié le 9 mars 2017 dans la Gazette OMPI des marques internationales 2017/8.

2. Le 5 mai 2017, l'opposant a introduit une opposition contre l'enregistrement de ce dépôt. L'opposition était initialement basée sur les marques antérieures suivantes :

- Enregistrement international 1057818, désignant entre autres l'Union européenne, déposé le 20 octobre 2010 et enregistré le 3 novembre 2011 pour des produits en classe 3 de la marque verbale ACTIDERMA ;
- Enregistrement international 1162354, désignant entre autres l'Union européenne, déposé le 22 mai 2013 et enregistré le 8 mai 2014 pour des produits en classe 3 de la

marque complexe 

3. Lors de la procédure, l'opposant a expressément renoncé à baser son opposition sur l'enregistrement international 1057818. L'opposition est donc uniquement basée sur l'enregistrement international portant le numéro 1162354.

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

5. L'opposition fut initialement introduite contre tous les produits et services du signe contesté. Lors de l'introduction de ses arguments, l'opposant a limité les produits et services contre lesquels l'opposition est introduite à une partie des produits et services en classes 3, 5 et 44. L'opposition est basée sur tous les produits du droit invoqué.

6. Les motifs de l'opposition sont ceux consignés à l'article 2.18 iuncto 2.14, alinéa 1^{er} de la Convention Benelux de la Propriété Intellectuelle (ci-après « CBPI »).¹

7. La langue de la procédure est le français.

B. Déroulement de la procédure

8. L'opposition est recevable et la notification relative à la recevabilité a été adressée aux parties le 9 mai 2017. Au cours de la phase administrative de la procédure, les parties ont introduit leurs arguments. Tous les documents fournis satisfont aux exigences de la CBPI et du

¹ La décision se réfère toujours aux dispositions législatives et réglementaires applicables à la date de la décision, sauf dans le cas de dispositions qui ont subi un changement important au cours de la procédure et qui sont pertinentes pour la décision.

règlement d'exécution (ci-après : « RE ») y relatives. La phase administrative de la procédure d'opposition a été clôturée le 15 juin 2018.

II. MOYENS DES PARTIES

9. En application à l'article 2.14, alinéa 2, sous a, CBPI, l'opposant a fait opposition auprès de l'Office Benelux de la Propriété intellectuelle (ci-après : « l'Office »), conformément aux dispositions de l'article 2.2ter, alinéa 1, 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

10. Visuellement, les signes sont très similaires, selon l'opposant. Le signe contesté contient sept des neuf lettres de la marque antérieure dans le même ordre. Les signes se distinguent par la lettre C/K et l'absence de la dernière lettre A dans le signe contesté.

11. Sur le plan phonétique, les différences entre les signes sont minimales. La marque et le signe partagent l'élément 'acti', qui sera prononcé de façon identique dans toutes les langues officielles du territoire Benelux, et l'élément 'derm'. La seule différence phonétique se situe dans l'absence de la lettre A à la fin du signe contesté. Les trois syllabes que les signes ont en commun sont phonétiquement identiques. Il en suit que les signes sont phonétiquement très similaires.

12. Conceptuellement, l'élément 'acti' évoque une connexion aux termes 'actif' ou 'action'. L'opposant fait remarquer que les suffixes 'derm' ou 'dermo' sont communément utilisés dans la terminologie médicale pour désigner tout ce qui concerne la peau. La signification des signes est donc essentiellement la même : les signes évoquent un produit qui agit sur la peau ou produit un effet sur la peau.

13. L'opposant explique qu'il utilise sa marque depuis 1984. Le public connaissant ses produits les associe à l'opposant.

14. En ce qui concerne la comparaison des produits et services, l'opposant fait valoir que les produits et services du défendeur sont soit identiques, soit similaires, soit complémentaires aux produits de l'opposant.

15. Il suit de la forte ressemblance des deux signes et de la similarité des produits et services désignés par ceux-ci qu'il existe bel et bien un risque de confusion. Par conséquent, l'opposant demande de refuser le signe contesté pour tous les produits et services visés par cette opposition et de juger que le paiement des frais incombe au défendeur.

16. Suite à la demande du défendeur de fournir des preuves d'usage, l'opposant a décidé de renoncer à baser son opposition sur l'enregistrement international 1057818 (voir point 3).

B. Réaction du défendeur

17. Le défendeur fait remarquer que la marque se distingue du signe contesté par les deux éléments figuratifs, le caractère 'a' à la fin de la marque et l'usage du caractère 'c' au lieu de 'k'. Le signe contesté n'est pas identique au droit invoqué.

18. En ce qui concerne la comparaison des produits et services, les produits et services du défendeur ne sont pas identiques, ni similaires aux produits de l'opposant.

19. Pour ces raisons, il ne peut pas exister un risque de confusion dans l'esprit du public. Le défendeur demande donc à l'Office que l'opposition soit rejetée et que le signe contesté soit enregistré.

III. DECISION

A.1. Risque de confusion

20. Conformément à l'article 2.14, alinéa 1^{er}, CBPI, le 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 2.2ter CBPI.

21. L'article 2.2ter, alinéa 1 CBPI, stipule : « *Une marque faisant l'objet d'une opposition est refusée à l'enregistrement ou, si elle est enregistrée, est susceptible d'être déclarée nulle: [...] b. lorsqu'en raison de son identité ou de sa similitude avec la marque antérieure et en raison de l'identité ou de la similitude des produits ou des services que les marques désignent, il existe, dans l'esprit du public, un risque de confusion; ce risque de confusion comprend le risque d'association avec la marque antérieure* ».

22. Selon la jurisprudence constante de la CJUE relative à l'interprétation de la Directive (UE) 2015/2436 (UE) du Parlement européen et du Conseil du 16 décembre 2015 rapprochant les législations des états membres sur les marques (ci-après: « la Directive »), constitue un risque de confusion le risque que le public puisse croire que les produits ou services concernés proviennent de la même entreprise ou, le cas échéant, d'entreprises liées économiquement (arrêts CJUE, Canon, C-39/97, 29 septembre 1998, ECLI:EU:C:1998:442 ; Lloyd Schuhfabrik Meyer, C-342/97, 22 juin 1999, ECLI:EU:C:1999:323 ; 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, ECLI:NL:HR:2003:AK4818; Bruxelles, N-20060227-1, 27 février 2006).

Comparaison des produits et services

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

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

25. Les produits et services à comparer sont les suivants :

Opposition basée sur :	Opposition dirigée contre :
Cl 3 Produits cosmétiques pour les soins de la peau	Cl 3 Produits cosmétiques anti-cellulite; produits cosmétiques anti-aging; produits cosmétiques contre le vieillissement; cosmétiques; parfumerie; parfums; parfums solides; savons; bain moussant et gel douche; savons liquides; savonnettes; bains moussants; shampoings; huiles pour le corps, pour le visage et pour les mains; huiles essentielles; produits pour cheveux; lotions pour cheveux; produits pour la permanente et pour la mise en plis; gel; teintures pour cheveux; crèmes et produits pour épilation; crèmes; crèmes pour le corps; crèmes pour les mains; crèmes pour le visage; crèmes antirides; mousse à raser; mascara; eye liner; fards à paupières; crayons pour le maquillage; terres pour le visage; rouges à lèvres; fonds de teint; vernis à ongles; durcisseurs d'ongles; huiles et crèmes bronzantes; assouplissants; savons.
	Cl 5 Produits pharmaceutiques anti-aging; Produits pharmaceutiques contre le vieillissement; produits pour le soin du corps; crèmes médicales pour le soin du corps; produits pour le soin du visage; produits pour le soin des mains; désodorisants.
	Cl 44 Services de centres de beauté; services de centres bien-être; centres beauté; centres bien-être; services de soins d'hygiène et de beauté; soins d'hygiène et de beauté pour homme.

Classe 3

26. Les produits *Cosmétiques* du défendeur sont identiques aux produits de l'opposant. 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 (TUE, Metabiomax, T-281/13, 11 juin 2014, ECLI:EU:T:2014:440).

Les produits de l'opposant étant une catégorie spécifique de produits cosmétiques, ils sont identiques aux produits du défendeur.

27. Les *Produits cosmétiques anti-cellulite; produits cosmétiques anti-aging; produits cosmétiques contre le vieillissement* du défendeur sont très similaires aux produits du défendeur. Ces produits sont tous des produits cosmétiques. Ils partagent la même nature, fonction et destination.

28. Les produits *parfumerie; parfums; parfums solides; savons; bain moussant et gel douche; savons liquides; savonnettes; bains moussants; shampoings; huiles pour le corps, pour le visage et pour les mains; huiles essentielles; produits pour cheveux; lotions pour cheveux; produits pour la permanente et pour la mise en plis; gel; teintures pour cheveux; crèmes et produits pour épilation; crèmes; crèmes pour le corps; crèmes pour les mains; crèmes pour le visage; crèmes antirides; mousse à raser; mascara; eye liner; fards à paupières; crayons pour le maquillage; terres pour le visage; rouges à lèvres; fonds de teint; vernis à ongles; durcisseurs d'ongles; huiles et crèmes bronzantes; savons* du défendeur sont similaires aux produits de l'opposant. Les produits du défendeur concernent tous des produits d'hygiène et d'embellissement destinés à nettoyer, protéger, parfumer et maintenir en bon état le corps humain ou en modifier l'aspect ou en corriger l'odeur. Les produits de l'opposant visent également à prendre soin du corps humain. Ces produits partagent la même fonction et ils peuvent être produits par les mêmes entreprises et distribués via les mêmes circuits de distribution.

29. Les produits *Assouplissants* du défendeur ne sont pas similaires aux produits de l'opposant. Les produits du défendeur concernent des substances pour lessiver ou bien des produits d'entretien ménagers. Ils ne relèvent pas des cosmétiques du droit invoqué, qui désignent des préparations destinées aux soins du corps, à sa mise en beauté, à sa toilette. Ces produits ne présentent pas davantage les mêmes nature, fonction et destination et répondent à des besoins distincts. Ils ne sont pas davantage complémentaires ou en concurrence et ne sont normalement pas produits par les mêmes entreprises ou vendus aux consommateurs par le biais des mêmes circuits.

Classe 5

30. Les produits du défendeur en classe 5 sont similaires aux produits de l'opposant. Tous les produits partagent la même fonction, à savoir prendre soin du corps et le maintenir en bon état. En effet, certaines personnes peuvent choisir, pour des raisons allergiques par exemple, de se tourner vers des produits pharmaceutiques de soins du corps plutôt que vers des produits cosmétiques dits « classiques » parce que les produits pharmaceutiques sont, par exemple, exempts de parfum ou contiennent d'autres composants. Néanmoins, tous ces produits ont la même destination, la même nature et le même usage, de sorte qu'ils peuvent être considérés comme concurrents. De plus, les circuits de distribution des produits comparés peuvent également être les mêmes. En effet, les pharmaciens et les droguistes ne fournissent pas uniquement des produits pharmaceutiques, mais également des produits cosmétiques dits « classiques ».

Classe 44

31. Les services du défendeur en classe 44 ont un degré limité de similarité avec les produits de l'opposant. En règle générale, les services diffèrent par leur nature des produits. Dans le cas de produits, il s'agit de produits physiques pouvant être transmis et dans le cas de services, d'activités non tangibles fournies. La manière d'utilisation est également inhérente à ces différences. Des produits et services peuvent cependant être complémentaires, certains services ne pouvant en effet pas être prestés sans utiliser certains produits.

32. Dans ce contexte, il y a lieu de rappeler qu'il est uniquement question de complémentarité lorsque les produits et/ou services sont tellement liés que l'un ou l'autre des produits ou services est indispensable ou important pour l'usage de l'autre, de sorte que les consommateurs peuvent penser que la responsabilité de ces produits incombe à la même entreprise (voir en ce sens TUE, *The O STORE*, T-116/06, 24 septembre 2008, ECLI:EU:T:2008:399). L'Office est d'avis que le rapport entre les services du défendeur et les produits visés par la marque invoquée est caractérisé par un lien étroit, en ce sens que lesdits produits sont indispensables ou, à tout le moins, importants pour le déploiement des services en question. Les services en classe 44 concernent tous des services de soins personnels et de beauté. Les produits en classe 3 concernent différents produits cosmétiques destinés au soin du corps. Les services en classe 44 ne peuvent en effet pas être fournis sans utiliser des produits en classe 3. De plus, les producteurs des produits cosmétiques en classe 3 et les fournisseurs des services en classe 44 peuvent être les mêmes entreprises. Par conséquent, les services du défendeur peuvent être considérés comme étant similaires dans un degré limité aux produits cosmétiques de l'opposant.

Conclusion

33. Les produits du défendeur sont soit identiques, soit (très) similaires, soit non similaires aux produits de l'opposant. Les services du défendeur sont similaires dans un degré limité aux produits de l'opposant.



Comparaison des signes

34. Il ressort du libellé de l'article 5, paragraphe 1, sous b de la Directive (comp. article 2.2ter, alinéa 1, 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, ECLI:EU:C:1997:528).

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. 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, ECLI:EU:C:2007:333). Lors de l'appréciation du caractère dominant d'un ou de plusieurs composants déterminés d'une marque complexe, il convient de prendre en compte, notamment, les qualités intrinsèques de chacun de ces composants en les comparant à celles des autres composants. En outre, et de manière accessoire, peut être prise en compte la position relative des différents composants dans la configuration de la marque complexe (TUE, Matratzen, T-6/01, 23 octobre 2002, ECLI:EU:C:2006:164 et TUE, El Charcutero Artesano, T-242/06, 13 décembre 2007, ECLI:EU:T:2007:391).

37. Les signes à comparer sont les suivants :

Opposition basée sur:	Opposition dirigée contre:
	

Comparaison conceptuelle

38. Si le consommateur moyen perçoit normalement une marque comme un tout et ne se livre pas à un examen de ses différents détails (Lloyd, déjà cité), il n'en reste pas moins qu'en percevant un signe verbal, il le décomposera en des éléments verbaux qui, pour lui, renvoient à des mots ayant une signification concrète ou qui ressemblent à des mots qu'il connaît (TUE, arrêts Respicur, T-256/04, 13 février 2007, ECLI:EU:T:2007:46 ; Aturion, T-146/06, 13 février 2008, ECLI:EU:T:2008:33 et Galvalloy, T-189/05, 14 février 2008, ECLI:EU:T:2008:39).

39. En l'espèce, l'Office estime qu'une partie du public pertinent pourra reconnaître des éléments différents dans les signes en conflit, à savoir l'élément 'acti'/'akti' (abréviation d'actif) et l'élément derma/ derm (comme une référence à tout ce qui concerne la peau). L'autre partie du public percevra les signes dans leur ensemble et n'y attribuera pas de signification précise.

40. Conceptuellement, les signes se ressemblent ou une comparaison conceptuelle n'est pas pertinente.

Comparaison visuelle

41. Le droit invoqué est une marque complexe composée d'un mot de neuf lettres, 'actiderma'. Ce mot est précédé d'un dessin abstrait composé de points et de lignes. L'image réfléchi de ce dessin est repris après le signe. Le signe contesté est une marque complexe composée d'un mot AKTIDERM de huit lettres. Le mot est représenté en caractères noirs et gras. Le fait que le droit invoqué est représenté en minuscules tandis que le signe contesté est repris en majuscules est dénué de pertinence s'agissant de la comparaison visuelle desdits signes (voir TUE, arrêt Babilu, T-66/11, 31 janvier 2013, ECLI:EU:T:2013:48).

42. Dans les signes composés, l'élément verbal a souvent un impact plus grand sur le consommateur que l'élément figuratif. La raison en est que le public n'analyse pas toujours les signes et évoque souvent le signe en utilisant l'élément verbal (voir en ce sens TUE, SELENIUM-ACE, T-312/03, 14 juillet 2005, ECLI:EU:T:2005:289). Il n'en va pas autrement dans le cas qui nous occupe. L'élément figuratif du droit invoqué consiste en l'usage de deux dessins abstraits avant et après le signe. Bien que ces éléments figuratifs ne puissent pas être ignorés (voir dans ce sens la décision du Gerechtshof 's-Gravenhage, MOOVE-4MOVE, 200.105.827/0, 11 septembre 2012, ECLI:NL:GHSGR:2012:BX8916), l'Office considère que ces éléments seront perçus dans l'ensemble du signe plutôt comme ornementaux et secondaires. Le public attribuera plus d'attention à l'élément verbal 'actiderma' qui se trouve au milieu du signe. L'élément figuratif du signe contesté, à savoir une police de caractère banale grasse, est marginal. Une représentation graphique qui consiste en des caractères d'imprimerie, plutôt banals et ordinaires, ne permettra pas au consommateur de détourner son attention sur des éléments figuratifs autres que les lettres qui la constituent (voir en ce sens TUE, Dieselit, T-186/02, 30 juin 2004, ECLI:EU:T:2004:197 et Amplitude, T-9/05, 15 janvier 2008, ECLI:EU:T:2008:8). L'Office estime donc que lors de la comparaison, il doit surtout être tenu compte des éléments verbaux des signes.

43. En règle générale, le consommateur attache plus d'importance à la première partie d'une marque (TUE, Mundicor, T-183/02 et T-184/02, 17 mars 2004, ECLI:EU:T:2004:79). La marque et le signe commencent tous par la même lettre A. De plus, ils partagent également six lettres dans le même ordre, à savoir TIDERM. Les signes diffèrent par leur deuxième lettre, respectivement un C dans le droit invoqué et un K dans le signe contesté, par l'ajout d'une lettre A à la fin du droit invoqué, ainsi que par leurs éléments graphiques.

44. Les signes se ressemblent visuellement.

Comparaison phonétique

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

46. Le droit invoqué sera prononcé en quatre syllabes comme AC-TI-DER-MA. Le signe contesté sera prononcé en trois syllabes comme AK-TI-DERM. La prononciation des huit premières lettres, ACTIDERM/AKTIDERM, des signes est identique, le C et le K étant prononcés de façon identique. La prononciation des signes diffère par la lettre A à la fin du droit invoqué.

47. Phonétiquement, les signes se ressemblent.

Conclusion

48. Conceptuellement, les signes se ressemblent ou une comparaison conceptuelle n'est pas pertinente. Les signes se ressemblent sur les plans visuel et phonétique.

A.2. Appréciation globale

49. 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.

50. 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).

51. 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). Comme la classification utilisée pour les produits et services en classes 3 et 44 ne fait pas clairement apparaître qu'il s'agit de produits et services pour lesquels le niveau d'attention du public concerné serait plus élevé, il faut conclure qu'en l'espèce le niveau d'attention du public est moyen. En ce qui concerne les produits en classe 5, ils peuvent être destinés à un usage médical, cependant, il ne ressort pas du registre qu'il s'agit uniquement de produits auxquels le consommateur est directement confronté ou pour lesquels une ordonnance est obligatoire, de telle sorte que le public est constitué de professionnels du secteur médical, ainsi que de patients et de consommateurs normaux (voir arrêt Aturion, T-146/06, 13 février 2006, ECLI:EU:T:2008:33, et TUE, Alrex, T-154/03, 17 novembre 2005, ECLI:EU:T:2005:401). Par conséquent il y a lieu de considérer le niveau d'attention le plus bas de telle sorte qu'un niveau d'attention normal vis-à-vis de ces produits doit également être considéré.

52. 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, déjà cité). L'Office est d'avis que l'élément verbal du droit invoqué dispose en soi d'un caractère distinctif normal car il ne décrit aucune caractéristique des produits en question. Même si on considérait que la marque antérieure dispose d'un caractère distinctif faible, vu qu'il pourrait faire allusion à des caractéristiques des produits en cause, il convient de souligner que la reconnaissance d'un caractère faiblement distinctif de la marque antérieure n'empêche pas de constater l'existence d'un risque de confusion dans le cas qui nous occupe. En effet, si le caractère distinctif de la marque antérieure doit être pris en compte pour apprécier le risque de confusion (voir, par analogie, arrêt Canon, déjà cité), il n'est qu'un élément parmi d'autres intervenant lors de cette appréciation. Ainsi, même en présence d'une marque antérieure à caractère distinctif faible, il peut exister un risque de confusion, notamment, en raison d'une similitude des signes et des produits ou des services visés (voir, en ce sens, TUE, FLEXI AIR, T-112/03, 16 mars 2005, ECLI:EU:T:2005:102 ; TUE, Pages Jaunes, T-134/06, 13 décembre 2007, ECLI:EU:T:2007:387 et CJUE, Compressor Technology, C-43/15 P, 8 novembre 2016, ECLI:EU:T:2016:837).

53. Les signes se ressemblent sur les plans visuel et phonétique. Conceptuellement, les signes se ressemblent ou une comparaison conceptuelle n'est pas pertinente. Les produits du défendeur sont soit identiques, soit (très) similaires, soit non similaires aux produits de l'opposant. Les services du défendeur sont similaires dans un degré limité aux produits de l'opposant. Pour ces motifs et vu leur corrélation, l'Office est d'avis que le public peut croire que ces produits et services identiques et similaires peuvent provenir de la même entreprise ou d'entreprises liées économiquement.

B. Conclusion

54. Sur base de ce qui précède, l'Office conclut qu'il existe un risque de confusion pour les produits et services identiques et similaires.

IV. CONSÉQUENCE

55. L'opposition portant le numéro 2013071 est partiellement justifiée.

56. Le dépôt international numéro 1333881 n'est pas enregistré pour les produits et services suivants:

Classe 3 : Produits cosmétiques anti-cellulite; produits cosmétiques anti-aging; produits cosmétiques contre le vieillissement; cosmétiques; parfumerie; parfums; parfums solides; savons; bain moussant et gel douche; savons liquides; savonnettes; bains moussants; shampoings; huiles pour le corps, pour le visage et pour les mains; huiles essentielles; produits pour cheveux; lotions pour cheveux; produits pour la permanente et pour la mise en plis; gel; teintures pour cheveux; crèmes et produits pour épilation; crèmes; crèmes pour le corps; crèmes pour les mains; crèmes pour le visage; crèmes antirides; mousse à raser; mascara; eye liner; fards à paupières; crayons pour le maquillage; terres pour le visage; rouges à lèvres; fonds de teint; vernis à ongles; durcisseurs d'ongles; huiles et crèmes bronzantes; savons.

Classe 5 : Produits pharmaceutiques anti-aging; Produits pharmaceutiques contre le vieillissement; produits pour le soin du corps; crèmes médicales pour le soin du corps; produits pour le soin du visage; produits pour le soin des mains; désodorisants.

Classe 44 : Services de centres de beauté; services de centres bien-être; centres beauté; centres bien-être; services de soins d'hygiène et de beauté; soins d'hygiène et de beauté pour homme.

57. Le dépôt international numéro 1333881 est enregistré pour les produits et services suivants, parce que l'opposition n'était pas dirigée contre ces produits et services, ou parce que les produits et services n'étaient pas similaires:

- Classe 3 : Dentifrices; produits cosmétiques pour sacs de stomie; détersifs; blanchissants; assouplissants; préparation pour blanchir et autres substances pour la lessive, préparations pour nettoyer, polir, dégraisser, racler et abraser; cosmétiques pour animaux; produits cosmétiques pour animaux; produits pour le toilettage des animaux.
- Classe 5 : Produits pharmaceutiques anti-cellulite; produits pharmaceutiques pour sacs de stomie; produits pharmaceutiques; produits vétérinaires; produits hygiéniques; produits pour la hygiène; gazes; bandes; coton à usage médical; produits pour le pansement; bâtonnets pour les oreilles; sparadraps; produits pour le pansement; produits diététiques pour enfants et les malades; emplâtres; matériel pour bandages; baumes; matières pour boucher les dents et pour les empreintes dentaires; désinfectants; préparés pour détruire les mauvaises herbes et les animaux nuisibles; antiparasites; fongicides; désodorisants à usage différent de celui personnel.
- Classe 44 : Services rendus par des médecins; services rendus par des vétérinaires; soins d'hygiène et de beauté pour animaux; services de toilettage pour animaux; services d'agriculture, d'horticulture, de sylviculture.

58. L'opposition étant partiellement justifiée, aucune des parties n'est redevable des dépens en vertu de l'article 2.16, alinéa 5, CBPI, à lire en lien avec la règle 1.28, alinéa 3 du RE.

La Haye, le 20 décembre 2019

Tineke Van Hoey
(rapporteur)

Diter Wuytens

Pieter Veeze



Agent chargé du suivi administratif: Erica Hartinger