

OFFICE BENELUX DE LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE
DÉCISION en matière d'OPPOSITION
N° 2014196
du 15 septembre 2020

Opposant : **STADIUM INNOVATION, S.L.**
Paseo del Ferrocarril, 339
08860 Castelldefels. Barcelona
Espagne

Mandataire : **Chiever BV**
Barbara Strozilaan 201
1083 HN Amsterdam
Pays-Bas

Marque invoquée : **Marque de l'Union européenne 13757018**



Contre

Défendeur : **Laura Heggen, Vincent Heggen, Carine Broers**
Route de Warsage 14
3798 Fouron-le-Comte
Belgique


Marque contestée : **Demande Benelux 1371960**
Pom'One


I. FAITS ET PROCÉDURE

A. Faits

1. Le 18 mars 2018, le défendeur a introduit, pour distinguer des produits et services en classes 29, 31, 32, 33 et 35, la demande Benelux de la marque verbale Pom'One. Cette demande a été mise en examen sous le numéro 1371960 et a été publiée le 5 avril 2018.

2. Le 1^{er} juin 2018, l'opposant a fait opposition à l'enregistrement de cette demande. L'opposition était initialement basée sur les marques antérieures suivantes :

- Enregistrement de l'Union européenne 13757018 de la marque semi-figurative  introduite le 20 février 2015 et enregistrée le 7 juillet 2015 pour des produits en classe 29 ;

- Enregistrement de l'Union européenne 16560377 de la marque semi-figurative  introduite le 6 avril 2017 pour des produits en classe 32.

3. Au cours de la procédure, l'opposant a révélé qu'il maintenait seulement la première marque invoquée.

4. Il ressort du registre que l'opposant est effectivement le titulaire de la marque invoquée.

5. L'opposition est dirigée contre tous les produits et services de la marque contestée et vise tous les produits de la marque invoquée.

6. Les motifs de l'opposition sont ceux consignés à l'article 2.14, alinéa 2, sous a de la Convention Benelux en matière de 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 les parties en ont été informées par courrier en date du 5 juin 2018. La deuxième marque invoquée (à l'époque) n'étant pas encore enregistrée, la procédure d'opposition a été suspendue d'office jusqu'à la fin de la procédure d'enregistrement. À la suite de la retraite de ladite marque par l'opposant, la suspension a été levée le 21 mars 2019. Au cours de la phase administrative de la procédure, les parties ont soumis leurs arguments. Tous les documents soumis répondent aux exigences de la CBPI et du règlement d'exécution s'y rapportant (ci-après : « RE »). La phase administrative de la procédure a été clôturée le 1^{er} novembre 2019.

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.

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 similitude des marques concernées et des produits ou services en question.

A. Arguments de l'opposant

10. Selon l'opposant, les deux marques consistent de deux syllabes, divisées par une apostrophe. La première syllabe et l'apostrophe sont quasi identiques. Les seules différences entre les marques sont le deuxième mot et l'élément figuratif. Il en conclut que les marques sont visuellement similaires.

11. La prononciation des marques est identique dans la première syllabe. Les suffixes sont prononcés dans le même rythme. La seule différence existe dans l'intonation dans le suffixe, mais cette différence est moins importante dans la comparaison phonétique, vu qu'elle se trouve dans la partie finale des marques. L'opposant en conclut que les marques sont phonétiquement très similaires.

12. Selon l'opposant, les marques sont conceptuellement identiques en ce qui concerne leur préfixe POM, faisant référence à « pommes ».

13. L'opposant estime que les produits *fruits et légumes conservés, congelés, séchés et cuits* de la marque invoquée peuvent être considérés comme similaires à tous les produits de la marque contestée, étant donné que ces derniers peuvent contenir des fruits.

14. Selon l'opposant, ladite marque invoquée couvre aussi les produits *lait et produits laitiers*. Le lait est une boisson laquelle peut être considérée comme similaire aux boissons en classes 32 et 33 de la marque contestée, d'après l'opposant. De plus, il fait observer que le consommateur achète du lait et des boissons aux fruits simultanément.

15. L'opposant conclut qu'il existe un risque de confusion et pour cette raison, il demande à l'Office de refuser l'enregistrement de la marque contestée et de prendre une décision en ce qui concerne la répartition des coûts en faveur de l'opposant.

B. Réaction du défendeur

16. Le défendeur tient à souligner que l'opposant a déposé ses arguments en anglais, tandis que la langue de la procédure est le français.

17. Selon le défendeur, les marques n'ont pas de signification en soi pour le public pertinent. Cependant, pour le public francophone la marque invoquée est évocatrice du mot français « pomme » et de l'adjectif « belle » et suggère donc une idée de « belle pomme ». La marque contestée, quant à elle, évoquera le mot français « pomme » et le mot anglais « one », qui signifie « un » en français. L'élément « Pom » est évocateur de certains des produits en cause et sera perçu par le public comme étant descriptif pour les produits à base de pommes, désignés par la marque contestée. Pour cette raison, le défendeur conclut que l'élément « One », qui ne se retrouve pas dans la marque invoquée, doit être considéré comme l'élément dominant de la marque demandée. Le défendeur conclut que les marques sont différentes conceptuellement parlant.

18. Selon le défendeur, l'élément figuratif de la marque invoquée est un dessin d'une fleur ou un kiwi (du fait des couleurs vertes et jaunes). Il considère cet élément figuratif prédominant, étant donné qu'il se situe au-dessus de l'élément verbal et attire de ce fait particulièrement l'attention. Même si le public pertinent peut parfois attacher une certaine importance à la partie initiale d'une marque, l'ajout des éléments graphiques et de couleurs particulièrement distinctifs dans la marque invoquée, et l'élément « One » de la marque contestée, visuellement

distinctif par son O majuscule, permettent de distinguer les marques l'une de l'autre. Le défendeur en conclut que l'impression d'ensemble visuelle est différente.

19. Le défendeur fait observer que la marque invoquée est composée de deux syllabes brèves, tandis que la dernière syllabe de la marque contestée est plus longue que la première et oralement accentuée. Ces différences permettent selon lui de neutraliser la similitude phonétique résultant de l'élément verbal commun [P-O-M]. Or, cet élément dispose d'un pouvoir distinctif limité et ne restera pas dans la mémoire du public, contrairement à l'élément dominant et distinctif [O-A-N-E] dans la marque contestée et [B-È-L] dans la marque invoquée. Sur cette base, le défendeur conclut que les marques ne se ressemblent pas phonétiquement.

20. Le défendeur ne conteste pas l'identité ou la similitude de certains produits en classes 29 et 31. En ce qui concerne les produits inclus en classes 32 et 33, ils ne peuvent en revanche pas être considérés comme identiques ni même similaires. Les produits ont une nature, une destination et un usage différents. En outre, ils n'ont pas de caractère complémentaire ou concurrentiel. De plus, les produits ne sont pas vendus dans les mêmes rayons des supermarchés.

21. En ce qui concerne les services en classe 35, il n'est pas question de complémentarité. En effet, les services de vente au détail de la marque contestée ne se rapportent pas aux produits visés par la marque invoquée. En d'autres mots, les produits de la marque invoquée ne sont nullement importants ou indispensables pour les services de vente au détail. Selon le défendeur, ces produits et services ne sont donc ni complémentaires, ni similaires.

22. Étant donné que les marques ne sont pas similaires, le défendeur conclut qu'il n'existe pas de risque de confusion. Pour cette raison, il prie l'Office de rejeter l'opposition et d'enregistrer la demande Benelux contestée. Si en revanche l'Office devait considérer que les marques sont similaires, de toute manière, la différence des produits et services de la marque contestée en classes 32, 33 et 35 permet d'éviter tout risque de confusion. Le seul risque de confusion possible devrait alors être limité aux seuls produits visés en classes 29 et 31 qui sont identiques aux produits désignés dans la marque invoquée en classe 29.

III. DÉCISION

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 faire opposition auprès de l'Office à une marque prenant rang après la sienne, conformément aux dispositions de l'article 2.2ter CBPI.

24. L'article 2.2ter, alinéa 1^{er} CBPI, stipule : « Une marque faisant l'objet d'une opposition est refusée à l'enregistrement [...] 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 ».

25. 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 marques

26. L'évaluation 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 celles-ci, en tenant compte en particulier de leurs éléments distinctifs et dominants (voir CJUE, Sabel, C-251/95, 11 novembre 1997, ECLI:EU:C:1997:528 et Lloyd, déjà cité).

27. Il ressort du libellé de l'article 5, paragraphe 1, sous b de la Directive (comparez l'article 2.2ter, alinéa 1^{er}, 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 que le consommateur moyen peut avoir du type de produit ou service en cause, joue un rôle déterminant dans l'évaluation 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 (voir l'arrêt Sabel, déjà cité).

28. L'impression d'ensemble produite auprès du public pertinent par une marque complexe peut, dans certaines circonstances, être dominée par un ou plusieurs de ses composants (CJCE, Limonchello, C334/05 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 notamment de prendre en considération les qualités intrinsèques de chacun de ces composants en les comparant à celles des autres composants. En outre, et de manière accessoire, la position relative des différents composants dans la configuration de la marque complexe peut être prise en considération (TUE, Matratzen, T-6/01, 23 octobre 2002, ECLI:EU:T:2002:261 et El Charcutero Artesano, T-242/06, 13 décembre 2007, ECLI:EU:T:2007:391).

29. Les marques à comparer sont les suivantes :

Opposition basée sur :	Opposition dirigée contre :
	Pom'One

Comparaison visuelle

30. La marque invoquée est une marque semi-figurative, composée d'une tache multicolore de couleurs vert, vert foncé, jaune, orange et blanc (le défendeur y reconnaît une fleur ou un kiwi, voir point 18). Au-dessous de cet élément figuratif sont placés deux groupes de trois lettres blanches, séparés par une apostrophe. L'ensemble est placé dans un carré noir. La marque contestée est une marque purement verbale, composée de deux groupes de trois lettres, séparés d'une apostrophe.

31. Dans les marques composées (éléments verbal et figuratif), l'élément verbal a souvent un impact plus fort sur le consommateur que l'élément figuratif. En effet, le public évoque généralement ces marques en utilisant l'élément verbal (voir en ce sens : TUE, arrêt SELENIUM-ACE, T-312/03, 14 juillet 2005, ECLI:EU:T:2005:289). Dans le cas d'espèce, l'élément figuratif dans la marque contestée n'est certainement pas à négliger (voir dans ce sens aussi Gerechtshof 's-Gravenhage, MOOVE-4MOVE, 200.105.827/0, 11 septembre 2012, ECLI:NL:GHSGR:2012:BX8916), mais il est assez vague et certainement pas tout le monde le percevra comme une fleur ou un kiwi comme suggéré par le défendeur. En tout état de cause, l'élément verbal est clairement perceptible en lettres blanches sur un fond noir et n'est pas éclipsé par l'élément figuratif.

32. Les trois premières lettres et l'apostrophe dans la marque contestée sont identiques aux quatre premiers caractères de la marque invoquée. À cet égard, il convient de noter que le consommateur attache en général plus d'importance à la partie initiale d'une marque (TUE, Mundicor, T-183/02 et T-184/02, 17 mars 2004, ECLI:EU:T:2004:79). Par conséquent, la différence dans les trois dernières lettres ne suffit pas à écarter une certaine similitude visuelle.

33. Les marques sont visuellement similaires dans un certain degré.

Comparaison phonétique

34. 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).

35. Sur le plan phonétique également, le consommateur attache en règle générale plus d'importance à la première partie d'une marque (arrêt Mundicor, déjà mentionné). La première syllabe des deux marques est identique, la deuxième est différente et il en résulte une certaine similitude sur le plan phonétique.

36. Les marques sont phonétiquement similaires dans un certain degré.

Comparaison conceptuelle

37. Les deux parties estiment que les trois premières lettres des marques font référence au mot français « pomme ». L'Office fait observer cependant que les marques prises dans leur totalité n'ont pas de signification établie.

38. Conceptuellement, les marques sont similaires pour une partie du public dans la mesure où elles sont évocatrices du mot « pomme ».

Conclusion

39. Les marques sont similaires dans un certain degré sur les plans visuel et phonétique, et le sont sur le plan conceptuel pour une partie du public.

Comparaison des produits et services

40. Pour évaluer 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).

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

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

Opposition basée sur :	Opposition dirigée contre :
Classe 29 Viande, poisson, volaille et gibier ; Extraits de viande ; Fruits et légumes conservés, congelés, séchés et cuits ; Gelées, confitures, compotes ; Œufs ; Lait et produits laitiers ; Huiles et graisses comestibles.	Classe 29 Barres alimentaires à base de fruits (excepté la grenade) et de fruits à coque ; beignets (à l'exception de beignets à base de grenade) ; cerises transformées ; chips de pommes ; compositions de fruits transformés (excepté la grenade) ; compote de fruits (à l'exception de compote à base de grenade) ;

	<p>conserves de fruits (à l'exception de grenade) ; conserves de fruits coupés (à l'exception de grenade) ; en-cas à base de fruits (à l'exception de grenade) ; en-cas à base de fruits à coque ; en-cas à base de fruits confits (à l'exception de grenade) ; fruits aromatisés (à l'exception de grenade) ; fruits confits (à l'exception de grenade) ; fruits congelés (à l'exception de grenade) ; fruits conservés (à l'exception de grenade) ; fruits conservés dans l'alcool (à l'exception de grenade) ; fruits coupés (à l'exception de grenade) ; fruits cristallisés (à l'exception de grenade) ; fruits cuisinés (à l'exception de grenade) ; fruits en bocaux (à l'exception de grenade) ; fruits en boîte de conserve (à l'exception de grenade) ; fruits en conserve (à l'exception de grenade) ; fruits en tranches (à l'exception de grenade) ; fruits enrobés de sucre en bâton (à l'exception de grenade) ; fruits fermentés (à l'exception de grenade) ; fruits glacés (à l'exception de grenade) ; fruits préparés (à l'exception de grenade) ; gelées aux fruits (à l'exception de gelées à base de grenade) ; gelées (à l'exception de gelées à base de grenade) ; confitures (à l'exception de confitures à base de grenade) ; compotes (à l'exception de compotes à base de grenade) ; pâtes à tartiner de fruits (à l'exception de pâtes à tartiner à base de grenade) et de légumes ; gelées de fruits (à l'exception de gelées à base de grenade) ; jus de fruits pour la cuisine, à l'exception de jus à base de grenade ; pommes chips.</p>
	<p>Classe 31 Cerises [fraîches] ; cerises (non traitées) ; compositions de fruits frais (excepté la grenade) ; framboises fraîches ; fraises fraîches ; fruits bruts (excepté la grenade) ; fruits frais (excepté la grenade) ; fruits non préparés (excepté la grenade) ; groseilles fraîches ; poires fraîches ; pommes brutes ; pommes ; pommes cannelles fraîches ; pommes fraîches ; pommes non préparées ; prunes fraîches.</p>
	<p>Classe 32 Apéritifs sans alcool, à l'exception des apéritifs sans alcool à base de grenade ; boissons gazeuses aromatisées, à l'exception de boissons gazeuses aromatisées à base de grenade ; boissons granitées en partie congelées, à l'exception de boissons granitées à base de grenade ; boissons sans alcool à base de fruits (excepté la grenade) aromatisées au thé ; boissons sans alcool contenant des jus de fruits (excepté le jus de grenade) ; boissons sans alcool non gazéifiées, à l'exception de boissons à base de grenade ; cidre sans alcool ; jus de fruits (excepté le jus de grenade) ; jus (excepté le jus de grenade) ; jus de pomme gazéifié ; jus de pommes ; veloutés aux fruits [smoothies] (excepté à la grenade) ; boissons à base de jus de fruits pétillantes non alcoolisées, excepté à base de jus de grenade.</p>
	<p>Classe 33 Apéritifs, à l'exception des apéritifs à base de grenade ; boissons gazeuses alcoolisées autres que bières et autres que boissons alcoolisées à base de grenade ; boissons à faible teneur en alcool, à l'exception des boissons à base de grenade ; poiré ; cidre doux ; cidre sec.</p>
	<p>Classe 35 Fourniture d'informations concernant des produits de consommation tels que des aliments ou des boissons, à l'exception de produits à base de grenade ; mise à disposition d'espaces de vente en ligne pour acheteurs et vendeurs de produits et services (à l'exception de produits et services relatifs aux grenades ou aux produits à base de grenade) ; services de commande en ligne (à l'exception des services relatifs aux grenades ou aux produits à base de grenade) ; services de vente au détail d'aliments, à l'exception des grenades ou produits à base de</p>

	grenade ; services de vente au détail concernant les boissons non alcoolisées, à l'exception de boissons non alcoolisées à base de grenade ; services de vente au détail concernant les aliments (à l'exception des grenades ou produits à base de grenade) ; services de vente au détail concernant les boissons alcoolisées (excepté la bière et les boissons alcoolisées à base de grenade).
--	---

43. Il faut d'abord rappeler que la classification conformément à l'Arrangement de Nice n'a qu'un but administratif et ne constitue pas un critère d'appréciation de la similitude des produits ou services. En effet, l'article 2.5bis, alinéa 7, CBPI prévoit explicitement que « des produits et des services ne sont pas considérés comme similaires au motif qu'ils apparaissent dans la même classe de la classification de Nice » et que « des produits et des services ne sont pas considérés comme différents au motif qu'ils apparaissent dans des classes différentes de la classification de Nice ».

Classe 29

44. Les produits *cerises transformées, chips de pommes, compositions de fruits transformés et pommes chips* de la marque contestée relèvent des produits *fruits conservés, congelés, séchés et cuits* de la marque invoquée et sont dès lors identiques à ces derniers. Il est en effet de jurisprudence constante que lorsque les produits visés par la marque antérieure incluent les produits visés par la demande de marque, ces produits sont considérés comme identiques (voir en ce sens TUE, Fifties, T-104/01, 23 octobre 2002, ECLI:EU:T:2002:262 ; Arthur et Félicie, T-346/04, 24 novembre 2005, ECLI:EU:T:2005:420 et Prazol, T-95/07, 21 octobre 2008, ECLI:EU:T:2008:455).

45. Les produits *compote de fruits (à l'exception de compote à base de grenade) et compotes (à l'exception de compotes à base de grenade)* de la marque contestée relèvent des produits compotes de la marque invoquée et sont donc identiques à ceux-ci.

46. Les produits *conserves de fruits (à l'exception de grenade), conserves de fruits coupes (à l'exception de grenade), fruits aromatisés (à l'exception de grenade), fruits confits (à l'exception de grenade), fruits congelés (à l'exception de grenade), fruits conservés (à l'exception de grenade), fruits conservés dans l'alcool (à l'exception de grenade), fruits coupés (à l'exception de grenade), fruits cristallisés (à l'exception de grenade), fruits cuisinés (à l'exception de grenade), fruits en bocaux (à l'exception de grenade), fruits en boîte de conserve (à l'exception de grenade), fruits en conserve (à l'exception de grenade), fruits en tranches (à l'exception de grenade), fruits enrobés de sucre en bâton (à l'exception de grenade), fruits fermentés (à l'exception de grenade), fruits glacés (à l'exception de grenade) et fruits préparés (à l'exception de grenade)* relèvent des produits *fruits conservés, congelés, séchés et cuits* de la marque invoquée et sont donc identiques à ces derniers.

47. Les produits *gelées aux fruits (à l'exception de gelées à base de grenade), gelées (à l'exception de gelées à base de grenade), gelées de fruits (à l'exception de gelées à base de grenade)* de la marque contestée relèvent des produits *gelées* de la marque invoquée et sont donc identiques à ceux-ci.

48. Les produits *confitures (à l'exception de confitures à base de grenade)* de la marque contestée relèvent des produits *confitures* de la marque invoquée et sont donc identiques à ces derniers.

49. Les produits *pâtes à tartiner de fruits (à l'exception de pâtes à tartiner à base de grenade) et de légumes* de la marque contestée relèvent des produits *fruits et légumes conservés, congelés, séchés et cuits* de la marque invoquée et sont dès lors identiques à ces derniers.

50. Les produits *barres alimentaires à base de fruits (excepté la grenade) et de fruits à coque, en-cas à base de fruits (à l'exception de grenade), en-cas à base de fruits à coque et en-cas à base de fruits confits (à l'exception*

de grenade) de la marque contestée sont similaires aux produits *fruits conservés, congelés, séchés et cuits* de la marque invoquée. La base desdits barres et en-cas sont des fruits transformés. La nature de ces produits est donc la même, ils ont le même usage et ils sont concurrents.

51. Les produits *jus de fruits pour la cuisine, à l'exception de jus à base de grenade* de la marque contestée sont similaires dans un certain degré aux produits *fruits conservés, congelés, séchés et cuits* de la marque invoquée. Tout comme les produits de la marque contestée, ceux de la marque invoquée peuvent être utilisés pour la cuisine.

52. Les produits *beignets (à l'exception de beignets à base de grenade)* de la marque contestée ne sont pas similaires aux produits de la marque invoquée. Un beignet est un mets sucré ou salé fait d'une pâte assez fluide, frit dans l'huile (voir <https://fr.wikipedia.org/wiki/Beignet>). La nature de ces produits diffère de celle des produits de la marque invoquée. Les beignets peuvent bien sûr être agrémentés de confiture ou de pâte à tartiner, mais cela ne ressort pas de la liste des produits de la marque contestée.

Classe 31

53. Tous les produits de la marque contestée dans cette classe sont des fruits frais. La seule différence entre ces produits et les produits *fruits conservés, congelés, séchés et cuits de la marque contestée* est que les derniers sont traités tandis que les premiers ne le sont pas. La nature de ces produits est la même et ils connaissent les mêmes applications. Enfin, ces produits sont concurrents, car au lieu de choisir pour les fruits frais, on peut choisir les variantes traitées.

Classe 32

54. Les produits *boissons sans alcool à base de fruits (excepté la grenade) aromatisées au thé, boissons sans alcool contenant des jus de fruits (excepté le jus de grenade), jus de fruits (excepté le jus de grenade), jus (excepté le jus de grenade), jus de pomme gazéifié, jus de pommes, veloutés aux fruits [smoothies] (excepté à la grenade), boissons à base de jus de fruits pétillantes non alcoolisées, excepté à base de jus de grenade* de la marque contestée sont similaires dans un certain degré aux produits *fruits conservés, congelés, séchés et cuits* de la marque invoquée. En quelque sorte, les premiers produits consistent pour une partie importante de fruits traités. Le consommateur reconnaîtra ce rapport entre ces produits et s'attend que ces produits soient souvent commercialisés par les mêmes entreprises.

55. Les autres produits de la marque contestée dans cette classe, à savoir *apéritifs sans alcool, à l'exception des apéritifs sans alcool à base de grenade, boissons gazeuses aromatisées, à l'exception de boissons gazeuses aromatisées à base de grenade, boissons granitées en partie congelées, à l'exception de boissons granitées à base de grenade, boissons sans alcool non gazéifiées, à l'exception de boissons à base de grenade et cidre sans alcool* ne sont pas similaires aux produits et services de la marque invoquée. Il s'agit de boissons sans alcool. La seule boisson qui se trouve parmi les produits de la marque contestée est le lait. Mais ce produit se diffère des apéritifs sans alcool et de boissons gazeuses par sa nature, son usage, les consommateurs et les fournisseurs. Ces produits ne sont dès lors pas similaires.

Classe 33

56. Les produits de la marque contestée dans cette classe sont des boissons alcoolisées. Ils diffèrent par leur nature, leur usage, leurs consommateurs et leurs fournisseurs. Ces produits ne sont dès lors pas similaires.

Classe 35

57. En règle générale, les services diffèrent des produits par leur nature. Dans le cas de produits, il s'agit de biens matériels pouvant être transférés et dans le cas de services, d'activités non tangibles exécutées. Les services et produits sont également utilisés de manière différente. Cependant, ils peuvent être complémentaires : en effet, certains services ne peuvent pas être fournis sans l'usage de certains produits.

58. Dans ce contexte, il y a lieu de rappeler qu'il est uniquement question de complémentarité lorsque les produits et/ou services sont liés au point que l'un ou l'autre des produits ou services s'avère indispensable ou important pour l'usage de l'autre, de sorte que les consommateurs sont susceptibles de 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).

59. Dans le cas présent, certains services de la marque contestée peuvent concerner les produits de la marque invoquée, mais les indications générales dans les services (« des aliments ou des boissons ») ne permettent pas de conclure que les produits spécifiés de la marque invoquée sont importants ou indispensables pour ces services. Il faut donc conclure que ces produits et services ne sont pas complémentaires et non similaires.

Conclusion

60. Les produits et services de la marque contestée sont en partie identiques, en partie similaires et en partie non similaires aux produits de la marque invoquée.

A.2 Appréciation globale

61. L'attention du public, l'identité ou la similitude des produits et services et des marques jouent un rôle particulier dans l'évaluation du risque de confusion.

62. Le consommateur moyen est censé être normalement informé et raisonnablement attentif et avisé. Il faut aussi tenir compte qu'il n'a que rarement la possibilité de procéder à une comparaison directe des différentes marques et qu'il doit se fier à l'image imparfaite qu'il a gardée en mémoire (arrêt *Lloyd Schuhfabrik Meyer*, précité). Le niveau d'attention du consommateur moyen est susceptible de varier en fonction de la catégorie de produits ou services en cause (arrêt *Lloyd Schuhfabrik Meyer*, déjà cité). Les produits en cause s'adressent essentiellement au grand public et sont des produits de consommation quotidienne et de coût relativement bas. Par conséquent, un niveau d'attention moyen doit être retenu ici.

63. L'évaluation globale implique une certaine interdépendance entre les facteurs à prendre en considération, comme 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).

64. 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 plus grande protection que celles ayant un caractère distinctif moindre (voir arrêt *Canon*, précité). Étant donné que la marque invoquée n'a aucune signification précise en rapport avec les produits invoqués, l'Office considère qu'elle dispose d'un pouvoir distinctif normal. 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).

65. Les marques sont similaires dans un certain degré sur les plans visuel et phonétique, et le sont sur le plan conceptuel pour une partie du public concerné. Les produits et services concernés sont partiellement identiques, partiellement similaires et partiellement non similaires. Sur cette base, et en observant l'interdépendance entre tous les facteurs à prendre en considération, l'Office considère que le public pertinent pourrait être amené à croire que les produits et services identiques et similaires proviennent de la même entreprise ou d'entreprises liées économiquement.

B. Autres facteurs

66. En ce qui concerne la remarque du défendeur que l'opposant a déposé ses arguments en anglais tandis que la langue de la procédure est le français (voir point 16), l'Office fait observer que la détermination d'une langue de la procédure n'affecte pas la faculté des parties de se servir d'une autre langue de travail (voir la règle 1.18 RE).

C. Conclusion

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

IV. CONSÉQUENCES

68. L'opposition numéro 2014196 est partiellement justifiée.

69. La demande Benelux 1371960 n'est pas enregistrée pour les produits suivants :

Classe 29 Barres alimentaires à base de fruits (excepté la grenade) et de fruits à coque ; cerises transformées ; chips de pommes ; compositions de fruits transformés (excepté la grenade) ; compote de fruits (à l'exception de compote à base de grenade) ; conserves de fruits (à l'exception de grenade) ; conserves de fruits coupés (à l'exception de grenade) ; en-cas à base de fruits (à l'exception de grenade) ; en-cas à base de fruits à coque ; en-cas à base de fruits confits (à l'exception de grenade) ; fruits aromatisés (à l'exception de grenade) ; fruits confits (à l'exception de grenade) ; fruits congelés (à l'exception de grenade) ; fruits conservés (à l'exception de grenade) ; fruits conservés dans l'alcool (à l'exception de grenade) ; fruits coupés (à l'exception de grenade) ; fruits cristallisés (à l'exception de grenade) ; fruits cuisinés (à l'exception de grenade) ; fruits en bocaux (à l'exception de grenade) ; fruits en boîte de conserve (à l'exception de grenade) ; fruits en conserve (à l'exception de grenade) ; fruits en tranches (à l'exception de grenade) ; fruits enrobés de sucre en bâton (à l'exception de grenade) ; fruits fermentés (à l'exception de grenade) ; fruits glacés (à l'exception de grenade) ; fruits préparés (à l'exception de grenade) ; gelées aux fruits (à l'exception de gelées à base de grenade) ; gelées (à l'exception de gelées à base de grenade) ; confitures (à l'exception de confitures à base de grenade) ; compotes (à l'exception de compotes à base de grenade) ; pâtes à tartiner de fruits (à l'exception de pâtes à tartiner à base de grenade) et de légumes ; gelées de fruits (à l'exception de gelées à base de grenade) ; jus de fruits pour la cuisine, à l'exception de jus à base de grenade ; pommes chips.

Classe 31 Tous les produits.

Classe 32 Boissons sans alcool à base de fruits (excepté la grenade) aromatisées au thé ; boissons sans alcool contenant des jus de fruits (excepté le jus de grenade) ; jus de fruits (excepté le jus de grenade) ; jus (excepté le jus de grenade) ; jus de pomme gazéifié ; jus de pommes ; veloutés aux fruits

[smoothies] (excepté à la grenade) ; boissons à base de jus de fruits pétillantes non alcoolisées, excepté à base de jus de grenade.

70. La demande Benelux 1371960 est enregistrée pour les produits et services suivants, lesquels sont jugés ne pas être similaires :

Classe 29 Beignets (à l'exception de beignets à base de grenade).

Classe 32 Apéritifs sans alcool, à l'exception des apéritifs sans alcool à base de grenade ; boissons gazeuses aromatisées, à l'exception de boissons gazeuses aromatisées à base de grenade ; boissons granitées en partie congelées, à l'exception de boissons granitées à base de grenade ; boissons sans alcool non gazéifiées, à l'exception de boissons à base de grenade ; cidre sans alcool.

Classe 33 Tous les produits.

Classe 35 Tous les services.

71. 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 RE.

La Haye, le 15 septembre 2020

Willy Neys
rapporteur

Eline Schiebroek

Tomas Westenbroek



Agent chargé du suivi administratif : Gerda Veltman