OFFICE BENELUX DE LA PROPRIETE INTELLECTUELLE

DECISION en matière d'OPPOSITION

Nº 2016057

du 1er mars 2021

Opposant : **L''ASTEMIA PENTITA S.r.l.**
40, Via Corsia
12060 Barolo
Italie

Mandataire : **Algemeen Octrooi- en Merkenbureau B.V**
Professor Dr Dorgelolaan 30
5613 AM Eindhoven
Pays-Bas

Marque invoquée : **Enregistrement de marque de l'Union européenne 014018501**

DINAMICO

contre

Défendeur : **SA Dynamized Technologies**
Sentier Muraes 10
1440 Braine-le-Château
Belgique

Mandataire : **GEVERS**
Holidaystraat 5
1831 Diegem
Belgique

Marque contestée : **Demande de marque Benelux 1413416**

Biodynamized®

I. FAITS ET PROCEDURE

A. Faits

1. Le 12 mars 2020, le défendeur a introduit, pour distinguer des produits en classes 29, 30, 31, 32 et 33, la demande Benelux de la marque semi-figurative

. Cette demande a été mise à l'examen sous le numéro 1413416 et a été publiée le 19 mars 2020.

2. Le 16 mai 2020, l'opposant a fait opposition à l'enregistrement de cette demande sur base de l'enregistrement européen 14018501, déposé le 30 avril 2015 et enregistré le 16 mars 2017 pour des produits en classe 33 de la marque verbale « DINAMICO ».

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

4. L'opposition est basée sur l'ensemble des produits couverts par la marque invoquée et dirigée contre tous les produits de la marque contestée.

5. Les motifs de l'opposition sont ceux consignés à l'article 2.14, alinéa 1er de la Convention Benelux de la Propriété Intellectuelle (ci-après : « CBPI »).

6. La langue de la procédure est le français.

B. Déroulement de la procédure

7. L'opposition est recevable et la notification relative à la recevabilité a été adressée aux parties le 20 mai 2020. Au cours de la phase administrative de la procédure, les parties ont soumis leurs arguments. Tous les documents soumis satisfont aux exigences de la CBPI et du règlement d'exécution (ci-après : « RE ») s'y rapportant. La phase administrative de la procédure d'opposition a été clôturée le 16 novembre 2020.

II. MOYENS DES PARTIES

8. En application de 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 et services en question.

A. Arguments de l'opposant

9. L'opposant entame son argumentaire par la comparaison des produits couverts par les marques en question. À cet égard il note l'identité des produits respectifs couverts en classe 33.

10. Concernant les produits couverts par le défendeur en classe 32, l'opposant soulève que les bières y figurant sont similaires aux produits de l'opposant en ce qu'ils sont consommés aux mêmes occasions et doivent donc être considérés comme concurrents voir complémentaires.

11. Adressant les autres produits couverts par la demande du défendeur en classe 32, ainsi que dans les classes 29 et 30 l'opposant considère qu'ils sont légèrement similaires en ce qu'ils emploient les mêmes canaux de distribution.

12. Passant à la comparaison des signes, l'opposant note que le mot « DYNAMIZED » constitue l'élément dominant de la marque contestée, soulevant la nature non distinctive de l'élément « BIO » qu'il y a donc lieu d'écarter. Le mot « DINAMICO » constitue l'unique élément de la marque verbale invoquée.

13. Visuellement l'opposant fait référence à la jurisprudence selon laquelle le consommateur attache en général plus d'importance aux éléments verbaux des marques composées. Ceci se trouve d'ailleurs renforcé pour les produits concernés qui sont en général commandés oralement.

14. L'opposant note donc qu'en raison du nombre important de lettres partagées et situées dans les mêmes positions des signes en cause, ceux-ci doivent donc être considérés comme visuellement similaires.

15. Phonétiquement l'opposant soulève qu'aussi bien « DINAMICO » que « DYNAMIZED » sont constitués de 4 syllabes dont la syllabe tonique « DINAMI » est présente à l'identique dans les deux signes. Le mot BIO étant à écarter suite à son caractère descriptif, l'opposant conclut qu'il existe une similitude moyenne au niveau phonétique entre les signes en cause.

16. Conceptuellement l'opposant note qu'aussi bien « DINAMICO » que « DYNAMIZED » renvoient au mot français « dynamique » constituant respectivement les traductions italiennes et anglaises de ce terme. Le mot « BIO » devant être exclu de la comparaison suite à sa nature descriptive, les deux signes connaissent une similitude conceptuelle moyenne en ce qu'ils renvoient tous deux au concept « dynamique ».

17. L'opposant estime que les produits concernés sont adressés au grand public d'un niveau d'attention moyen.

18. Les marques en cause n'ayant pas de signification précise en rapport avec les produits qu'elles recouvrent, leur pouvoir distinctif doit donc être considéré comme moyen.

19. En l'occurrence l'opposant conclut qu'en raison de l'identité des produits couverts par les marques en cause ainsi que l'identité partielle des signes, notant toutefois une similitude

moyenne sur le plan visuel ainsi que phonétique, il doit être conclut qu'il existe en l'occurrence un risque de confusion dans le chef du consommateur.

20. En raison de ce qui précède, l'opposant conclut qu'il existe un réel risque de confusion et demande à l'Office d'accepter cette opposition et de décréter que les frais soient à charge du défendeur.

B. Réaction du défendeur

21. Le défendeur considère l'opposition non fondée en ce qu'il n'existe pas de risque de confusion entre les deux marques.

22. Le défendeur entame son argumentaire avec la comparaison des signes en cause. Visuellement, il estime que les signes en question sont différents en ce que la marque verbale invoquée consiste en un mot, « DINAMICO », composé de 8 lettres tandis que la marque contestée est composée d'un élément figuratif dominant ainsi que d'un élément verbal, « BIODYNAMIZED », composé lui de 12 lettres. La seule séquence de lettres ainsi présente dans les deux signes est composée de 4 lettres, « NAMI », qui, de par sa brièveté et sa position au milieu des signes, se verra attribué une importance moindre dans les yeux du consommateur. En conséquent le défendeur estime que les signes en cause sont visuellement différents.

23. Phonétiquement le défendeur note que les deux signes seront prononcés de manière différente en raison du fait qu'ils émanent respectivement de l'italien et de l'anglais et seront en conséquent prononcés comme tels. De plus, le fait que le début et la fin de l'élément verbal « BIODYNAMIZED » divergent de la marque invoquée rend la prononciation des marques dans leur ensemble différente.

24. Au sujet de la comparaison conceptuelle, le défendeur soulève que malgré le fait que l'italien ne soit pas une langue officielle du Benelux, la proximité du mot « DINAMICO » à sa traduction française rend ce mot compréhensible par une partie de la population du Benelux. Sans autres informations à cet égard, le défendeur suppose donc que le mot « DINAMICO » dans la marque invoquée fait référence à une « intensité » et « force » de goût. Or concernant la marque contestée, le défendeur fait valoir que « BIODYNAMIZED » renvoie à un procédé de biodynamisation de liquides. Ce procédé n'est selon lui pas appliqué à l'égard des produits de l'opposant. En conséquent les marques en question sont conceptuellement différentes en ce qu'ils renvoient à des concepts différents.

25. Concernant la comparaison des produits en cause, le défendeur estime que les produits à base de lait couverts en classe 29 diffèrent des produits à base d'alcool couverts par la marque invoquée en raison de leur nature, canaux de distribution et fabricants étant tous différents.

26. Le défendeur note que les produits couverts en classe 30 par la marque contestée recouvrent divers types de boissons qui ne peuvent être considérées comme similaires aux boissons alcoolisées couvertes par l'opposant en ce qu'elles ont des natures et finalités différentes.

27. Concernant les produits en classe 31 de la marque contestée, ceux-ci ne sont pas adressés par l'argumentaire de l'opposant et sont, selon le défendeur, totalement différents de ceux couverts par la marque invoquée.

28. À l'égard des produits en classe 32, le défendeur ne conteste pas une certaine similitude entre les *bières* de la marque contestée et les *vins* de l'opposant. Toutefois il fait valoir que les boissons non-alcoolisées couvertes dans la même classe de la marque contestée sont différents de ceux de la marque invoquée.

29. Le défendeur ne conteste pas que les produits alcoolisés couverts en classe 33 sont similaires ou identiques à ceux couverts par la marque de l'opposant.

30. En raison des différences soulevées, le défendeur estime qu'il ne peut exister un risque de confusion entre les marques en cause et demande donc à l'Office de déclarer l'opposition non fondée.

III. DECISION

A. Risque de confusion

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

32. 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 ».*

33. 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

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 ces 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, 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 marques à comparer sont les suivantes :

Opposition basée sur :	Opposition dirigée contre :
DINAMICO	Biodynamized®

Comparaison conceptuelle

38. La marque invoquée est une marque verbale composée du mot italien « DINAMICO », signifiant « dynamique » en français[1]. Bien que le consommateur moyen du Benelux ne

[1] Voir le dictionnaire Larousse : https://www.larousse.fr/dictionnaires/italien-francais/dinamico/19274

comprend pas l'italien, en raison de la forte ressemblance de ce mot avec ses traductions française, néerlandaise et anglaise, il sera compris comme tel par une grande partie des consommateurs pertinents.

39. La marque contestée est une marque semi-figurative composée du mot « BIODYNAMIZED » ainsi que d'un élément figuratif. Si le consommateur moyen perçoit généralement une marque dans son ensemble et ne prête pas attention à ses différents détails (CJUE, arrêt Lloyd, précité), un consommateur qui perçoit une marque verbale la décomposera néanmoins en éléments verbaux qui ont une signification concrète pour lui ou qui sont similaires à des mots qu'il connaît (voir CJUE, arrêt 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). L'Office est d'avis que le public concerné reconnaîtra le mot « BIO » comme une référence à l'origine biologique des produits et « DYNAMIZED » comme signifiant « dynamisé », rendu dynamique[2], voir un renvoi au procédé de dynamisation de liquides.

40. Les deux marques en cause renvoient d'une certaine mesure au concept de dynamisme et sont donc conceptuellement similaires à cet égard.

Comparaison visuelle

41. La marque contestée est une marque semi-figurative composée du mot de 12 lettres « BIODYNAMIZED » ainsi que d'un élément figuratif circulaire comprenant une forme évoquant un vortex sur un fond hexagonal, le tout reproduit dans des teints bleus. La marque invoquée est une marque verbale composée du mot de 8 lettres « DINAMICO ».

42. Bien que, concernant les marques composées (éléments verbal et figuratif), l'élément verbal a souvent un impact plus fort sur le consommateur que l'élément figuratif, dans le cas d'espèce, l'élément figuratif de la marque contestée, de par sa taille et position, n'est 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). L'impression globale du signe doit donc prendre en considération ces deux éléments.

43. Comme soulevé ci-dessus la marque contestée est composée des éléments verbaux BIO et DYNAMIZED. En règle générale, le public pretera le plus d' attention au début des signes, néanmoins vu la signification descriptive usuelle de BIO, l' attention du public sera plutot attiré par la partie la plus longue, notamment, « DYNAMIZED ». Comparant donc les éléments verbaux « DINAMICO » et « DYNAMIZED », ceux-ci partagent 5 lettres, (D, N, A, M, I) dans les mêmes positions pour les deux signes.

44. Étant donné ce qui précède, l'Office conclut que les signes connaissent un degré limité de similitude visuelle.

[2] Voir signification anglaise de „dynamize" : https://www.lexico.com/definition/dynamize

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. Bien que le consommateur attache en général plus d'importance à la première partie d'une marque (voir TUE, Mundicor, T-183/02 et T-184/02, 17 mars 2004, ECLI:EU:T:2004:79), il importe néanmoins qu'en conséquence de la distinctivité réduite de l'élément « BIO » telle que soulevée précédemment, l'attention du consommateur sera portée sur les autres éléments de la marque en cause. Comparant ainsi les éléments verbaux « DINAMICO » et « DYNAMIZED », ceux-ci sont constitués de 4 et 3 syllabes respectivement. La deuxième syllabe des signes en cause « NAMI » est identique. Concernant les syllabes d´attaque « DI » et « DY » respectivement, une ressemblance plus ou moins forte existe entre celles-ci en fonction de la prononciation anglophone ou francophone des signes concernés. L'ultime syllabe des signes en cause est différente.

47. En conséquent, l'Office estime que les signes en question connaissent un degré limité de similitude phonétique.

Conclusion

48. En raison de ce qui précède, l'Office estime que les marques en cause connaissent un degré limité de similitude visuelle et phonétique et sont conceptuellement similaires.

Comparaison des produits

49. 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 ces produits. Ces facteurs incluent, en particulier, leur nature, leur destination, leur usage, ainsi que leur caractère concurrent ou complémentaire (CJUE, arrêt Canon, déjà cité).

50. Lors de la comparaison des produits de la marque invoquée à ceux contre lesquels l'opposition est dirigée, sont considérés les produits tels que formulés au registre.

51. Les produits à comparer sont les suivants :

Opposition basée sur :	Opposition dirigée contre :
	Cl 29 Boissons à base de lait; Boissons à base de produits laitiers.
	Cl 30 Boissons à base de café; Boissons à base de thé; Café; Chocolat; Chocolat au lait

	[boisson]; Infusions aux fruits; Kombucha; Thé; Tisanes autres qu'à usage médicinal.
	Cl 31 Plantes; Produits agricoles à l'état brut; Produits aquacoles non transformés; Produits horticoles à l'état brut; Produits horticoles à l'état brut et non transformés; Produits horticoles non transformés; Produits agricoles à l'état brut et non transformés; Produits aquacoles à l'état brut et non transformés; Produits aquacoles à l'état brut.
	Cl 32 Bières; Boisson gazeuse préparée à partir d'extraits végétaux [root beer]; Boissons gazeuses à base de fruits; Boissons gazeuses aromatisées non alcoolisées; Boissons gazeuses aux arômes de fruits; Boissons gazeuses sans alcool; Limonades; Colas [boissons sans alcool]; Tonics [boissons non médicinales]; Boissons aux fruits; Boissons composées d'un mélange de jus de fruits et de légumes; Boissons composées essentiellement de jus de fruits; Boissons de fruits ou de légumes mixés [smoothies]; Concentrés de jus de fruits; Jus de fruits biologiques.
Cl 33 : Préparations pour faire des boissons alcoolisées; Boissons alcoolisées à l'exception des bières, En particulier, Amers [liqueurs]; Apéritifs; Vin; Boissons alcoolisées contenant des fruits; Boissons alcoolisées pré-mélangées autres qu'à base de bière; Cocktails; Spiritueux et liqueurs; Eaux-de-vie; Digestifs; Liqueurs; Rhum; Vodka; Whisky; Boissons distillées.	Cl 33 Boissons distillées; Bourbon [whisky]; Brandy pour la cuisine; Eaux-de-vie; Gin; Rhum; Schnaps; Spiritueux; Vodka; Whisky; Sangria; Vin blanc; Vin chaud; Vin de fruits; Vin rouge; Vins mousseux; Vins rosés; Cidre doux; Cidre sec.

Classes 29 et 30

52. Les produits « *Boissons à base de lait; Boissons à base de produits laitiers* » de la marque contestée ainsi que *« Boissons à base de café; Boissons à base de thé; Café; Chocolat; Chocolat au lait [boisson]; Infusions aux fruits; Kombucha; Thé; Tisanes autres qu'à usage médicinal »* ont comme point commun avec les boissons alcoolisées de l'opposant le fait qu'il s'agisse de boissons destinées à être bues. Cependant ils sont de nature et d'origine différentes et leurs producteurs diffèrent. Ils ne sont en général pas consommés durant les mêmes occasions et sont donc ni complémentaires, ni concurrents. Par conséquent, les produits contestés sont différents des produits opposants.

Classe 31

53. Les produits couverts par la marque contestée en classe 31 sont les suivants : *« Plantes; Produits agricoles à l'état brut; Produits aquacoles non transformés; Produits horticoles à l'état brut; Produits horticoles à l'état brut et non transformés; Produits horticoles non transformés; Produits agricoles à l'état brut et non transformés; Produits aquacoles à l'état brut et non transformés; Produits aquacoles à l'état brut ».* Les produits de l'opposant sont des boissons alcooliques destinées à être bus, tandis que les produits contestés sont des produits agricoles, aquacoles et horticoles dans leur état brut. Ces produits ne présentent aucun point de contact en termes de nature, destination et canaux de distributions. Les produits en cause ne sont par ailleurs ni concurrents, ni complémentaires. Par conséquent, les produits contestés sont différents de ces produits opposants.

Classe 32

54. Les « *Bières* » du défendeur sont similaires aux produits de la classe 33 de l'opposant en ce qu'il s'agit dans les deux cas de boissons alcoolisées. De plus ces deux boissons sont proposées à la vente dans les mêmes magasins, les mêmes rayons voir dans des rayons voisins et sont consommés durant les mêmes occasions par les consommateurs (TUE, ROSALIA DE CASTRO, T-421/10, 5 octobre 2011, ECLI:EU:T:2010:152).

55. Les autres produits, notamment les « *Boisson gazeuse préparée à partir d'extraits végétaux [root beer]; Boissons gazeuses à base de fruits; Boissons gazeuses aromatisées non alcoolisées; Boissons gazeuses aux arômes de fruits; Boissons gazeuses sans alcool; Limonades; Colas [boissons sans alcool]; Tonics [boissons non médicinales]; Boissons aux fruits; Boissons composées d'un mélange de jus de fruits et de légumes; Boissons composées essentiellement de jus de fruits; Boissons de fruits ou de légumes mixés [smoothies]; Concentrés de jus de fruits; Jus de fruits biologiques* » ont la même nature (boissons) et but que les produits de la classe 33 de l'opposant. Ces produits ont d'ailleurs souvent les mêmes canaux de vente et se retrouvent ensemble sur les menus ou les cartes de boissons. En outre, ces produits peuvent également être commercialisés et consommés avec des boissons alcoolisées. Ainsi, il est possible qu'un mélange de différentes boissons soit proposé, tel qu'un jus de fruit, associé à une boisson alcoolisée. Toutefois, on peut également identifier des différences importantes entre les boissons alcoolisées et non alcoolisées. Alors que les boissons alcoolisées sont généralement consommées durant certaines circonstances, les boissons non alcoolisées sont consommées quotidiennement. Le consommateur moyen raisonnablement attentif et avisé prendra note de cette distinction entre les boissons alcoolisées et non alcoolisées, ce qui est nécessaire, car certains consommateurs ne souhaitent pas, voire ne sont pas autorisés, à boire de l'alcool (voir TUE, arrêt SpagO, T-438/07, 12 novembre 2009, ECLI:EU:T:2009:434). Par conséquent, ces produits doivent être considérés comme faiblement similaires (voir aussi, à cet égard, GEU, ROSALIA DE CASTRO, précité).

Classe 33

56. Selon la règle 1.21, sous e RE, le respect du principe du contradictoire mentionné à l'article 2.16, alinéa 1er, CBPI implique notamment que l'examen de l'opposition se limite aux

arguments, faits et moyens de preuve invoqués par les parties. Les parties conviennent que les produits en classe 33 concernés sont identiques (voir points 9 et 29). L'Office ne procédera donc pas à une comparaison de ces produits.

Conclusion

57. Les produits de la marque contestée sont en partie identiques, en partie (faiblement) similaires et en partie non similaires aux produits de la marque invoquée.

A.2. Appréciation globale

58. L'attention du public, l'identité ou la similitude des produits et services ainsi que la ressemblance des marques jouent un rôle particulier dans l'appréciation du risque de confusion.

59. 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).

60. Le consommateur moyen est censé être normalement informé et raisonnablement attentif et avisé. Cependant, il faut tenir compte du fait que le consommateur moyen n'a que rarement la possibilité de procéder à une comparaison directe des différentes marques, mais doit se fier à l'image non parfaite qu'il en a gardée en mémoire (arrêt Lloyd Schuhfabrik Meyer, précité). Dans le cas d'espèce, les produits en cause s'adressent au grand public. Le niveau d'attention sera donc fixé comme moyen.

61. 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). Bien que le mot « DINAMICO » n'est pas descriptif pour ces produits, il contient une référence à un aspect de ceux-ci. L'Office est dès lors d'avis que la marque invoquée dispose d'un caractère distinctif inférieur à la moyenne.

62. En tenant compte de ce niveau de caractère distinctif et en observant l'interdépendance entre les facteurs à prendre en considération à savoir la similitude conceptuelle et le degré limité de similitude visuelle et phonétique, l'Office considère que le public pertinent pourrait être amené à croire que les produits identiques couverts par les marques en cause proviennent de la même entreprise ou d'entreprises liées économiquement (voir article 2.2ter, alinéa 1 CBPI). Cependant, à l'égard des produits non identiques, l'Office est d'avis que les signes diffèrent suffisamment pour que le consommateur y reconnaisse deux origines différentes.

B. Autres facteurs

63. Dans le cadre de la procédure d'opposition, il n'est pas question de condamnation de l'autre partie aux frais encourus (voir point 20). Seul est prévu un renvoi aux frais fixés au montant établi de la taxe d'opposition au cas où l'opposition est totalement rejetée (ou justifiée).

C. Conclusion

64. Sur la base de ce qui précède, l'Office conclut qu'il existe un risque de confusion pour les produits dont les parties reconnaissent qu'ils sont identiques.

IV. CONSEQUENCE

65. L'opposition portant le numéro 2016057 est partiellement justifiée.

66. La demande de marque Benelux numéro 1413416 n'est pas enregistrée pour les produits suivants :

Classe 33 : Tous les produits

67. La demande de marque Benelux numéro 1413416 est enregistrée pour les produits suivants :

Classe 29 : Tous les produits
Classe 30 : Tous les produits
Classe 31 : Tous les produits
Classe 32 : Tous les produits

68. L'opposition étant partiellement justifiée, aucune des parties n'est redevable en vertu de l'article 2.16, alinéa 5 CBPI joint à la règle 1.28, alinéa 3.

La Haye, le 1 mars 2021

François Châtellier *(rapporteur)* Pieter Veeze Diter Wuytens

Agent chargé du suivi administratif: François Veneri