

**OFFICE BENELUX DE LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE**  
**DÉCISION en matière d'OPPOSITION**  
**N° 2017015**  
**du 31 octobre 2022**

**Opposant :** **COOPERL ARC ATLANTIQUE (Société coopérative agricole)**  
Zone Industrielle - Rue de la Jeannaie Marque 7  
22400 Lamballe  
France

**Mandataire :** **AWA Benelux SA**  
Avenue Josse Goffin 158  
1082 Bruxelles  
Belgique

**Marque invoquée :** **Marque de l'Union européenne 18304804**  
COOPERL

*contre*

**Défendeur :** **Coopérative d'ÉneRgie Liégeoise Citoyenne (Société  
Coopérative)**  
Rue Fusch 3  
4000 Liège  
Belgique

**Mandataire :** **CABINET D'AVOCATS DESSARD**  
Rue Denis Lecocq 35  
4031 Liège  
Belgique

**Marque contestée :** **Demande Benelux 1436385**  
COOPERLIC

## **I. FAITS ET PROCÉDURE**

### **A. Faits**

1. Le 19 février 2021, le défendeur a introduit, pour distinguer des services en classes 35, 39, 40 et 42, la demande Benelux de la marque verbale COOPERLIC. Cette demande a été mise en examen sous le numéro 1436385 et a été publiée le 29 mars 2021.
2. Le 28 mai 2021, l'opposant a fait opposition à l'enregistrement de cette demande. L'opposition est basée sur la marque de l'Union européenne 18304804 de la marque verbale COOPERL, introduite le 9 septembre 2020 et enregistrée le 28 mai 2021 pour des produits et services en classes 1, 4, 5, 6, 7, 9, 11, 17, 19, 20, 29, 30, 31, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 44 et 45.
3. Il ressort du registre que l'opposant est effectivement le titulaire de la marque invoquée.
4. L'opposition est dirigée contre tous les services de la marque contestée. Initialement, l'opposition était fondée sur tous les produits et services de la marque invoquée, mais lors de la présentation de ses arguments, l'opposant l'a limitée à une partie des services des classes 35, 39, 40 et 42.
5. 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 »).
6. La langue de la procédure est le français.

### **B. Déroulement de la procédure**

7. L'opposition est recevable et les parties en ont été informées par courrier en date du 9 juin 2021. 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 s'y rapportant (ci-après : « RE »). La phase administrative de la procédure a été clôturée le 29 décembre 2021.

## **II. MOTIFS ET ARGUMENTS JURIDIQUES 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 ressemblance des signes concernés et de l'identité ou de la similitude des services en question.

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

9. L'opposant constate que les signes n'ont pas de signification et que la marque invoquée est intégralement incluse dans le signe contesté. Selon lui, les signes doivent, par conséquent, être *a priori* considérés similaires. Il en conclut que les signes sont visuellement très similaires.
10. Phonétiquement, les deux premières syllabes sont identiques et la première lettre de la troisième syllabe du signe contesté est identique à la dernière de la marque invoquée. Selon l'opposant, il ressort de cette analyse que les signes sont phonétiquement très similaires.
11. Puisqu'aucun des signes n'a de signification en soi, la comparaison conceptuelle n'influencera pas l'appréciation de la similitude, d'après l'opposant.
12. L'opposant analyse les services en question et conclut qu'ils sont soit identiques, soit similaires.

13. L'opposant conclut qu'il existe, dans l'esprit du public, un risque de confusion entre les marques en cause. Par conséquent, il demande à l'Office de déclarer l'opposition justifiée dans son intégralité, de refuser l'enregistrement du signe contesté et de condamner le défendeur aux dépens.

## **B. Réaction du défendeur**

14. Le défendeur explique que sa société coopérative vise à soutenir l'action collective pour le climat et permettre aux Liégeois de devenir des acteurs de la transition énergétique. Elle est composée de membres citoyens qui s'investissent à titre personnel et bénévole pour produire de l'électricité renouvelable en direct ou par des prises de participation dans des projets tiers, pour créer des communautés d'énergie, contribuer à une diminution de la consommation d'énergie et participer à la dynamique de la transition vers une économie respectueuse de l'humain et de la nature.

15. Le défendeur constate que les deux signes sont visuellement ressemblants puisque la marque invoquée comprend sept lettres qui sont reprises dans le même ordre par le signe contesté, lequel contient néanmoins deux lettres de plus. Selon le défendeur, la typographie du signe contesté doit être signalée : le signe contient les majuscules suivantes : CoopERLiC pour indiquer qu'il s'agit de l'abréviation de Coopérative EneRgétique Liégeoise Citoyenne. Le logo du signe contesté permet aussi de le différencier de la marque invoquée. Même si le signe est verbal, le défendeur l'utilisera avec le logo



. Les différentes couleurs accentuent la différence entre ce signe et la marque invoquée. En outre, le double O est le symbole de l'infini, la lettre R contient le symbole d'une prise de courant et la lettre L représente le Perron, monument emblématique de Liège.

16. Sur le plan phonétique, le défendeur fait observer que le signe contesté est composé de trois syllabes alors que la marque invoquée n'en contient que deux. La partie COOP est selon lui uniquement descriptive, puisqu'elle est l'abréviation de la forme juridique des sociétés coopératives. Les suffixes ERLIC et ERL sont les éléments qui distinguent les signes entre eux au niveau phonétique. Enfin, l'accentuation orale est mise sur le suffixe IC pour le signe contesté, contrairement à la marque invoquée. Le défendeur en conclut que les signes ne sont phonétiquement pas ressemblants pour le public.

17. Conceptuellement, le signe contesté est une référence à Nicolas Copernic, qui a développé la théorie de l'héliocentrisme : le passage d'un monde où tout tourne autour de l'humain à un monde où l'on est à notre juste place, où l'humain n'est plus le centre du monde, mais un élément parmi d'autres. La marque invoquée est selon le défendeur l'abréviation de Coopérative des Éleveurs de la Région de Lamballe, une société agricole et agro-alimentaire en Bretagne. L'activité du défendeur n'est en aucun cas dans le secteur agro-alimentaire ; sa société est une coopérative d'énergie liégeoise. Le défendeur en conclut qu'au niveau conceptuel les signes ne sont pas ressemblants.

18. En ce qui concerne la comparaison des services concernés, le défendeur fait observer que les services de la marque invoquée sont orientés vers le domaine agricole et alimentaire, tandis que ceux du signe contesté se rapportent à l'énergie. Le défendeur en conclut que les services ne sont pas similaires.

19. Le défendeur signale que les publics-cibles sont différents aussi puisqu'ils ne se situent pas dans la même chaîne de distribution : le signe contesté s'adresse à des citoyens liégeois, des consommateurs locaux soucieux d'investir dans l'énergie durable. La marque invoquée par contre s'adresse à des entreprises et pas à des consommateurs car l'opposant se fait connaître des consommateurs par l'intermédiaire d'autres marques de produits finis.

20. Le défendeur conclut qu'il n'existe pas de risque de confusion ni d'association entre les signes et il demande dès lors à l'Office de dire l'opposition non fondée et de procéder à l'enregistrement du signe contesté pour tous les services demandés.

### **III. DÉCISION**

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

21. Conformément à l'article 2.14 CBPI, le titulaire d'une marque antérieure peut, dans un délai de deux mois à compter de la publication de la demande, former une opposition écrite auprès de l'Office contre une marque qui prend rang après la sienne, conformément aux dispositions de l'article 2.2ter CBPI.

22. L'article 2.2b(1) CBPI stipule, dans la mesure où cela est pertinent en l'espèce : *"Une marque n'est pas enregistrée si une opposition est formée contre elle [...] si : [...] elle est identique ou similaire à une marque antérieure et se rapporte à des produits ou services identiques ou similaires et il existe donc un risque de confusion dans l'esprit du public, même si cette confusion est causée par l'association avec la marque antérieure"*.<sup>1</sup>

23. Un risque de confusion au sens de cette disposition existe si le public peut croire que les produits ou services désignés par cette marque et ceux couverts par la marque demandée proviennent de la même entreprise ou, le cas échéant, d'entreprises économiquement liées.<sup>2</sup>

24. Selon la jurisprudence constante de la CJUE, l'existence d'un risque de confusion doit être appréciée globalement, en tenant compte de toutes les circonstances pertinentes du cas d'espèce, notamment le degré de similitude entre les signes en cause et les produits ou services concernés, le degré de notoriété de la marque antérieure et le degré de distinctivité - inhérent ou acquis par l'usage - de la marque antérieure.<sup>3</sup>

#### **Comparaison des signes**

25. Afin d'évaluer le degré de similitude entre les signes, il faut déterminer leur similitude visuelle, auditive et conceptuelle. La comparaison doit être fondée sur l'impression générale créée par ces signes. La perception des signes par le consommateur moyen joue un rôle décisif dans l'évaluation. Le consommateur moyen perçoit généralement un signe comme un tout et ne prête pas attention à ses différents détails.<sup>4</sup>

26. Si la comparaison doit se fonder sur l'impression globale produite par les signes dans l'esprit du public pertinent, elle doit néanmoins être effectuée à la lumière des qualités intrinsèques des signes en cause.<sup>5</sup> L'impression générale créée par un signe composé sur le public concerné peut, dans certaines circonstances, être dominée par un ou plusieurs de ses composants. Pour apprécier si tel est le cas, il convient notamment de tenir compte des qualités intrinsèques de chacun de ces éléments en les comparant

---

<sup>1</sup> L'art. 2.2ter, paragraphe 1 sous b CBPI met en œuvre l'art. 5, paragraphe 1 sous b Directive (UE) 2015/2436 du Parlement européen et du Conseil du 16 décembre 2015 rapprochant les législations des États membres sur les marques. Une disposition comparable figure à l'article 8, paragraphe 1, point b), du règlement (UE) 2017/1001 du Parlement européen et du Conseil du 14 juin 2017 sur la marque de l'Union.

<sup>2</sup> CJUE 11 juin 2020, C-115/19 P, ECLI:EU:C:2020:469, point 54 (China Construction Bank).

<sup>3</sup> CJUE 4 mars 2020, C-328/18 P, ECLI:EU:C:2020:156, point 57 et la jurisprudence y mentionnée (Equivalenza).

<sup>4</sup> CJUE 4 mars 2020, C-328/18 P, ECLI:EU:C:2020:156, point 58 et la jurisprudence y mentionnée (Equivalenza).

<sup>5</sup> CJUE 4 mars 2020, C-328/18 P, ECLI:EU:C:2020:156, point 71 et la jurisprudence y mentionnée (Equivalenza).

avec les qualités des autres éléments. En outre, on peut examiner la relation entre les divers éléments de la configuration du signe composé.<sup>6</sup>

27. En résumé, en ce qui concerne la similitude visuelle, phonétique et conceptuelle des signes, l'appréciation de la similitude des signes doit se fonder sur l'impression d'ensemble donnée par les signes, en tenant compte, notamment, de leurs composantes distinctives et dominantes.

28. Les signes à comparer sont les suivants :

<b>Opposition basée sur :</b>	<b>Opposition dirigée contre :</b>
COOPERL	COOPERLIC

#### *Comparaison visuelle*

29. Les deux signes sont des marques purement verbales, consistant en un mot de sept et de neuf lettres respectivement ; les signes ont donc à peu près la même longueur. Toutes les lettres de la marque invoquée réapparaissent dans le signe contesté. Ainsi, la marque invoquée est intégralement reprise dans le signe contesté, mais on ne peut pas dire qu'elle y conserve une position distinctive indépendante, car elle fait partie d'un ensemble nouvellement formé.

30. Il ressort d'une jurisprudence constante que le consommateur attache en général plus d'importance à la première partie d'une marque.<sup>7</sup> Les sept lettres de la marque invoquée sont reprises à l'identique et dans le même ordre au début du signe contesté. Les deux lettres ajoutées à la toute fin de ce dernier ne peuvent annuler la similitude visuelle résultant des sept lettres identiques du début.

31. Les signes se ressemblent du point de vue visuel.

#### *Comparaison phonétique*

32. La marque invoquée peut être prononcée en deux ou en trois syllabes : [koe-perl] et [ko-o-perl]. Le signe contesté peut être prononcé en trois ou en quatre syllabes : [koe-per-lik] et [ko-o-per-lik]. Dans les deux cas, les deux ou trois premières syllabes sont prononcées de la même manière. Les consommateurs ont également tendance à accorder plus d'importance au début d'une marque ou d'un signe sur le plan phonétique.<sup>8</sup> De plus, le son L à la fin de la marque invoquée se retrouve également dans la dernière syllabe du signe contesté.

33. Les signes se ressemblent sur le plan phonétique.

#### *Comparaison conceptuelle*

34. D'après l'opposant, les signes n'ont pas de signification (voir points 9 et 11 ). Selon le défendeur, la marque invoquée est l'abréviation de Coopérative des Éleveurs de la Région de Lamballe, tandis que le

<sup>6</sup> Tribunal UE 23 octobre 2002, T-6/01, ECLI:EU:T:2002:261, points 34 et 35 (Matratzen) et 13 décembre 2007, T-242/06, ECLI:EU:T:2007:391, point 47 (El Charcutero Artesano).

<sup>7</sup> Tribunal UE 17 mars 2004, T-183/02 et T-184/02, ECLI:EU:T:2004:79, point 81 (Mundicor).

<sup>8</sup> Tribunal UE 17 mars 2004, T-183/02 et T-184/02, ECLI:EU:T:2004:79, point 81 (Mundicor).

signe contesté fait référence à Nicolas Copernic (voir point 17). Toutefois, l'Office souligne que le consommateur moyen ne sera pas conscient de ces significations potentielles.

35. Étant donné que les signes n'ont pas de signification établie, une comparaison conceptuelle n'est pas appropriée.

*Conclusion*

36. Les signes se ressemblent sur les plans visuel et phonétique et une comparaison conceptuelle n'est pas possible.

**Comparaison des services**

37. Pour apprécier la similitude des produits ou services en cause, il y a lieu de tenir compte de tous les facteurs pertinents qui caractérisent le rapport entre les produits ou services. Ces facteurs incluent, en particulier, leur nature, leur destination, leur usage, ainsi que leur caractère concurrent ou complémentaire.<sup>9</sup>

38. Lorsque l'on compare les services sur lesquels l'opposition est basée aux services contre lesquels l'opposition est dirigée, il y a lieu de considérer respectivement, les services tels que formulés au registre et ceux repris dans la demande de marque.<sup>10</sup>

39. Les services à comparer sont les suivants :

<b>Opposition basée sur :</b>	<b>Opposition dirigée contre</b>
Classe 35 Aide à la gestion des affaires commerciales; gestion des affaires commerciales; conseils pour la gestion des affaires commerciales; analyses du prix de revient liées aux projets de construction; planifications professionnelles d'affaires pour une exploitation maximale d'un bâtiment; analyses professionnelles des affaires commerciales de rationalisation et d'optimisation de projets de construction; services d'approvisionnement pour des tiers [achat de produits et de services pour d'autres entreprises], services de comparaison de prix, étude de marché, services de gestion de projets commerciaux dans le cadre de projets de construction.	Classe 35 Conseils commerciaux et informations commerciales en matière de consommation d'énergies; services d'intermédiaires en affaires commerciales concernant l'achat et la vente d'énergies, notamment d'électricité et de gaz; gestion administrative des données concernant la consommation d'énergie, y compris par internet.
Classe 39 Transport, informations en matière de transport; collecte et livraison, distribution des eaux, adductions d'eau.	Classe 39 Transport et distribution d'énergie, en particulier distribution d'électricité et de gaz; conseils et informations en matière de distribution d'énergie.

<sup>9</sup> CJUE 29 septembre 1998, C-39/97, ECLI:EU:C:1998:442, point 23 (Canon).

<sup>10</sup> Tribunal UE 16 juin 2010, T-487/08, ECLI:EU:T:2010:237, point 71 (Kremezin).

<p>Classe 40 Traitement (transformation) des déchets en fertilisants; traitement de l'eau; traitement de lisier; information en matière de transformation de déchets en fertilisants; recyclage de déchets; tri de déchets et de matières premières de récupération (transformation); traitement, purification, épuration, adoucissement de l'eau, hydro curage, pompage assainissement et désobstruction de l'eau et ses déchets; collecte et transformation de déchets gras en bio combustibles.</p>	<p>Classe 40 Production et transformation d'énergie, notamment d'électricité.</p>
<p>Classe 42 Recherche et développement de nouveaux produits pour les tiers; études de projets techniques; évaluations, estimations et recherches dans les domaines scientifiques et technologiques rendues par des ingénieurs; recherche en chimie, en bactériologie et en biologie, analyse chimique; expertises (travaux d'ingénieurs); recherche et développement de nouveaux produits pour des tiers en matière de traitement de l'eau; développement et conception d'appareils et installations de traitement des eaux et d'appareils de mesure, de réglage, de commande et de dosage pour le traitement des eaux; Services de contrôle de qualité de l'eau, services de recherche en laboratoire dans les domaines de l'eau, du traitement et de la purification de l'eau.</p>	<p>Classe 42 Services scientifiques, technologiques et de recherche, ainsi que services d'analyses et de recherches industrielles dans le domaine de la consommation d'énergie et les méthodes d'économie d'énergie et conseils technologiques y relatifs; conseils techniques et consultation en matière d'économie d'énergie et en matière d'utilisation d'énergie; conseils en matière de protection de l'environnement; informations concernant l'économie d'énergie, l'utilisation et la consommation économique d'électricité; audits en matière d'énergie.</p>

*Classe 35*

40. Les services *conseils commerciaux et informations commerciales en matière de consommation d'énergies* du signe contesté sont compris dans les services *conseils pour la gestion des affaires commerciales* de la marque invoquée et sont donc identiques à ces derniers. Il est en effet de jurisprudence constante que lorsque les produits ou services visés par la marque antérieure incluent les produits ou services visés par la demande de marque, ces produits ou services sont considérés comme identiques.<sup>11</sup>

41. Les services *d'intermédiaires en affaires commerciales concernant l'achat et la vente d'énergies, notamment d'électricité et de gaz* du signe contesté sont inclus dans les services *d'approvisionnement pour des tiers [achat de produits et de services pour d'autres entreprises], services de comparaison de prix, étude de marché* de la marque invoquée et sont donc identiques à ces derniers.

---

<sup>11</sup> Tribunal UE 23 octobre 2002, T-104/01, ECLI:EU:T:2002:262, points 32-33 (Fifties); 24 novembre 2005, T-346/04, ECLI:EU:T:2005:420, point 34 (Arthur et Félicie) et 21 octobre 2008, T-95/07, ECLI:EU:T:2008:455, point 35 (Prazol).

42. Les autres services du signe contesté dans cette classe, à savoir *gestion administrative des données concernant la consommation d'énergie, y compris par internet*, ne sont pas similaires aux services de la marque invoquée. Il s'agit de services administratifs pour des tiers. Ces services ont une autre nature, destination et provenance des services commerciaux de la marque invoquée.

#### Classe 39

43. Les services *transport et distribution d'énergie, en particulier distribution d'électricité et de gaz* du signe contesté sont inclus dans le service *transport* de la marque invoquée et sont dès lors identiques à ce dernier. De plus, les services du signe contesté sont similaires au service *distribution des eaux* de la marque invoquée. Il s'agit de services d'utilité publique, fournis par des infrastructures/réseaux étendus auxquels (presque) tous les ménages et entreprises sont connectés. Il est donc facile pour le public de penser que ces services sont gérés et fournis par les mêmes parties.

44. Les services *conseils et informations en matière de distribution d'énergie* du signe contesté sont inclus dans les services *informations en matière de transport et collecte et livraison, distribution des eaux, adductions d'eau* de la marque invoquée et sont donc identiques à ceux-ci. Il va de soi que les fournisseurs de services d'utilité publique fournissent également des informations et des conseils sur leurs services.

#### Classe 40

45. Les services *production et transformation d'énergie, notamment d'électricité* du signe contesté sont similaires au service *transformation de déchets grasseeux en bio combustibles* de la marque invoquée. L'utilisation du mot « notamment » dans la description du service de la marque contestée n'exclut pas que les services couvrent également d'autres formes d'énergie, par exemple les biocombustibles. En outre, la nature et la finalité de ces services sont les mêmes, à savoir la production d'énergie sous quelque forme que ce soit.

#### Classe 42

46. Les services *scientifiques, technologiques et de recherche, ainsi que services d'analyses et de recherches industrielles dans le domaine de la consommation d'énergie et les méthodes d'économie d'énergie et conseils technologiques y relatifs* du signe contesté sont inclus dans les services *évaluations, estimations et recherches dans les domaines scientifiques et technologiques rendues par des ingénieurs* de la marque invoquée.

47. Les autres services du signe contesté, à savoir *conseils techniques et consultation en matière d'économie d'énergie et en matière d'utilisation d'énergie ; conseils en matière de protection de l'environnement ; informations concernant l'économie d'énergie, l'utilisation et la consommation économique d'électricité ; audits en matière d'énergie* ne sont pas similaires aux services de la marque invoquée. Ces services sont différents selon leur nature, leur destination, leurs fournisseurs et leur savoir-faire. Ces services ne sont pas non plus complémentaires ni concurrentiels.

#### Conclusion

48. Les services du signe contesté sont partiellement identiques ou similaires à ceux de la marque invoquée et partiellement dissimilaires.



## **A.2 Appréciation globale**

49. 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.

50. L'appréciation globale implique une certaine interdépendance entre les facteurs à prendre 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.<sup>12</sup>

51. 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.<sup>13</sup> Dans le cas d'espèce, il ne s'agit pas d'achats quotidiens, mais de contrats d'énergie conclus pour des durées plus longues après comparaison préalable. Un niveau d'attention supérieur à la moyenne doit donc être pris en compte.

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.<sup>14</sup> L'Office considère que la marque invoquée a un caractère distinctif normal car elle ne décrit pas les caractéristiques des services en question. Selon le défendeur, la partie COOP est uniquement descriptive, puisqu'elle est l'abréviation de la forme juridique des sociétés coopératives (voir point 16). Toutefois, l'Office rappelle que les signes doivent être considérés dans leur ensemble lors de l'évaluation du caractère distinctif.

53. Les signes se ressemblent sur les plans visuel et phonétique et une comparaison conceptuelle ne s'applique pas. Une partie des services concernés est identique, une partie est similaire et une partie ne l'est pas. Pour ces raisons, et en tenant compte avec tous les facteurs à prendre en considération, l'Office conclut que le public concerné peut croire que les services identiques et similaires proviennent de la même entreprise ou d'une entreprise économiquement liée et qu'il existe donc un risque de confusion pour ces services.

## **B. Autres facteurs**

54. Le défendeur inclut dans la comparaison des signes sa marque combinée verbale/figurative telle qu'indiquée au point 15. Toutefois, la présente opposition est dirigée contre la marque verbale du défendeur, de sorte que seule cette dernière doit être incluse dans la comparaison.

## **C. Conclusion**

55. Vu ce qui précède, l'Office est d'avis qu'il existe un risque de confusion pour les services identiques et similaires.

---

<sup>12</sup> Arrêts Canon, déjà cités et CJUE 22 juin 1999, C-342/97, ECLI:EU:C:1999:323 (Lloyd Schuhfabrik Meyer).

<sup>13</sup> Arrêt Lloyd Schuhfabrik Meyer, précité.

<sup>14</sup> Voir arrêt Canon, déjà cité.

#### IV. CONSÉQUENCES

56. L'opposition numéro 2017015 est justifiée partiellement.

57. La demande Benelux 1436385 n'est pas enregistrée pour les services suivants :

Classe 35 Conseils commerciaux et informations commerciales en matière de consommation d'énergies ; services d'intermédiaires en affaires commerciales concernant l'achat et la vente d'énergies, notamment d'électricité et de gaz.

Classe 39 Tous les services.

Classe 40 Tous les services.

Classe 42 Services scientifiques, technologiques et de recherche, ainsi que services d'analyses et de recherches industrielles dans le domaine de la consommation d'énergie et les méthodes d'économie d'énergie et conseils technologiques y relatifs.

58. La demande Benelux 1436385 est enregistrée pour les services suivants, lesquels ne sont pas similaires :

Classe 35 Gestion administrative des données concernant la consommation d'énergie, y compris par internet.

Classe 42 Conseils techniques et consultation en matière d'économie d'énergie et en matière d'utilisation d'énergie ; conseils en matière de protection de l'environnement ; informations concernant l'économie d'énergie, l'utilisation et la consommation économique d'électricité ; audits en matière d'énergie.

59. Aucune partie 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 vu que l'opposition est partiellement justifiée.

La Haye, le 31 octobre 2021



Willy Neys  
*rapporteur*

Tineke Van Hoey

Pieter Veeze

Agent chargé du suivi administratif : Rémy Kohlsaet