OFFICE BENELUX DE LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE
DÉCISION en matière d'OPPOSITION
Nº 2017388
du 05 janvier 2023

Opposant :	**For Talents (société en commandite de droit belge)** Passage Saint-Paul 16 7700 Mouscron Belgique
Mandataire :	**Hirsch & Associés Selarl d'Avocats** Boulevard Haussmann 154 75008 Paris France
Marque invoquée :	**Marque de l'Union européenne 14864417** O'TERA *contre*
Défendeur :	**fenaco Genossenschaft (société coopérative)** Erlachstrasse 5 3012 Bern Suisse
Mandataire :	**Office Freylinger S.A.** Route d'Arlon 234 8010 Strassen Luxembourg
Signe contestée :	**Demande Benelux 1446621** Terra

I. FAITS ET PROCÉDURE

A. Faits

1. Le 9 juillet 2021, le défendeur a introduit, pour distinguer des services en classe 35, la demande Benelux de la marque verbale Terra. Cette demande a été mise en examen sous le numéro 1446621 et a été publiée le 11 août 2021. Au cours de la procédure, le défendeur a limité la liste de services.

2. Le 24 septembre 2021, l'opposant a fait opposition à l'enregistrement de cette demande. L'opposition est basée sur la marque de l'Union européenne 14864417 de la marque verbale O'TERA, introduite le 2 décembre 2015 et enregistrée le 17 mars 2017 pour des produits et services en classes 29, 30, 31, 32, 33 et 35.

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

4. Dans une lettre d'accompagnement, l'opposant précise que l'opposition ne porte que sur les *services de vente au détail de produits alimentaires, de boissons, de fruits et légumes frais* du signe contesté et est basée sur une partie des services en classe 35 de la marque invoquée.

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 28 septembre 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 avait été clôturée le 15 mars 2022. Toutefois, étant donné qu'il est apparu, lors de la rédaction de cette décision le 14 septembre 2022, que la lettre de l'opposant mentionnée au point 4 ci-dessus (concernant la limitation de l'opposition) n'avait pas été transmise au défendeur, ce dernier a eu la possibilité d'y répondre encore (ce qu'il n'a d'ailleurs pas fait).

II. MOTIFS ET ARGUMENTS JURIDIQUES DES PARTIES

8. En application à l'article 2.14, alinéa 2, sous a, CBPI, l'opposant a fait opposition auprès de l'Office Benelux de la Propriété intellectuelle (ci-après : « l'Office »), conformément aux dispositions de l'article 2.2ter, alinéa 1, sous b, CBPI : risque de confusion en raison de l'identité ou de la ressemblance des signes concernés ou des services en question.

A. Arguments de l'opposant

9. L'opposant fait observer que, visuellement, les signes partagent quatre lettres communes formant la même séquence. Phonétiquement, ils se prononcent pareillement en deux temps [TE-RA/TE-RRA] et conceptuellement ils font tous deux référence à la terre.

10. L'opposant se rend compte du fait que la marque antérieure diffère de la marque contestée en ce que l'élément TERA n'est pas unique mais se trouve précédé de la lettre O suivie d'une apostrophe. Toutefois, selon lui, cette circonstance n'écarte pas le risque de confusion. Elle a au contraire pour effet de

le renforcer. En effet, placées en attaque, la lettre O et l'apostrophe constituent une sorte d'interjection mettant en exergue l'élément TERA.

11. Selon l'opposant, le risque de confusion est d'autant plus élevé que la marque antérieure possède un caractère distinctif important intrinsèquement.

12. Les services de vente au détail du signe contesté portent sur des produits alimentaires et des boissons, lesquels sont inclus dans la catégorie plus large des services de la marque antérieure. L'opposant estime qu'il s'agit donc de services identiques, ou à tout le moins fortement similaires, un risque de confusion sur leur origine pouvant exister dans l'esprit du public.

13. L'opposant conclut qu'il existe un risque de confusion. En conséquence, l'opposition doit être reconnue justifiée et le signe contesté rejeté.

B. Réaction du défendeur

14. Bien que les signes comportent quatre lettres communes, selon le défendeur, ces dernières ne sont pas présentées de façon identique. En outre, la marque invoquée débute avec une voyelle visuellement pertinente, le O, séparé du reste de la marque par une apostrophe, ce qui confère un fort impact visuel sur la structure de la marque qui est directement perceptible par le consommateur et la distingue du signe contesté. Par conséquent, le défendeur considère que les signes sont visuellement différents.

15. Selon le défendeur, la marque invoquée compte trois syllabes, alors que le signe contesté en compte seulement deux. Il s'ensuit d'après le nombre différent de syllabes, ainsi que d'après leur tonalité distincte que l'impression phonétique des deux marques en présence est suffisamment éloignée pour éviter tout risque de confusion.

16. Le terme TERRA du signe contesté peut effectivement faire référence au latin « terra » qui signifie le globe terrestre et s'écrit toujours avec deux R. Toutefois, l'élément TERA de la marque invoquée est un préfixe du système international d'unités qui indique une multiplication par un million de millions ; son symbole est T. TERA est utilisé dans les domaines de l'informatique, des ondes électromagnétiques et de l'astronomie et il vient du grec « teras » pour monstre. Conceptuellement, les deux signes sont donc très distincts. Le défendeur considère que ces différences conceptuelles sont suffisamment claires et déterminées dans l'esprit du consommateur pour neutraliser tout éventuelle similitude visuelle et phonétique.

17. Quant à la comparaison entre les *sauces de fruits, boissons de fruits* et *jus de fruits* de la marque invoquée avec les *fruits et légumes frais* du signe contesté, le défendeur fait référence à la jurisprudence qui stipule que ces produits ne sont pas similaires, ni même complémentaires. Le défendeur en conclut qu'il n'existe pratiquement pas de similitude entre les produits mis en vente sous les deux signes.

18. Par conséquent, le défendeur demande le rejet de la présente opposition et requiert l'enregistrement du signe contesté.

III. DÉCISION

A.1 Risque de confusion

19. 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.

20. 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".*[1]

21. 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.[2]

22. 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.[3]

Comparaison des signes

23. 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.[4]

24. 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.[5] 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 avec les qualités des autres éléments. En outre, on peut examiner la relation entre les divers éléments de la configuration du signe composé.[6]

---

[1] 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.
[2] CJUE 11 juin 2020, C-115/19 P, ECLI:EU:C:2020:469, point 54 (China Construction Bank).
[3] CJUE 4 mars 2020, C-328/18 P, ECLI:EU:C:2020:156, point 57 et la jurisprudence y mentionnée (Equivalenza).
[4] CJUE 4 mars 2020, C-328/18 P, ECLI:EU:C:2020:156, point 58 et la jurisprudence y mentionnée (Equivalenza).
[5] CJUE 4 mars 2020, C-328/18 P, ECLI:EU:C:2020:156, point 71 et la jurisprudence y mentionnée (Equivalenza).
[6] 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).

25. 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.

26. Les signes à comparer sont les suivants :

Opposition basée sur :	***Opposition dirigée contre :***
O'TERA	Terra

Comparaison conceptuelle

27. La marque contestée signifie « terre » en latin. L'Office est d'avis que le public pertinent du Benelux reconnaîtra ce mot, compte tenu également des nombreuses formules dérivées en français, néerlandais et anglais (terracotta, terrarium, terrein, terrestre, territoir, territorium, terreux, terrien, terrene, terrestrial, etcétera).

28. La marque invoquée commence par un O majuscule suivi d'une apostrophe, que l'on retrouve souvent dans les noms de famille irlandais et écossais, dans le sens de « descendant de ».[7] Il est donc possible qu'une partie du public éligible doive y penser (sans en connaître la signification exacte, d'ailleurs).

29. Le défendeur explique que l'élément TERA de la marque invoquée est un préfixe du système international d'unités (voir point 16). L'Office estime toutefois que le public ne (re)connaîtra pas cette désignation en tant que telle comme une quantité, contrairement à *méga* et *giga*, appellations qui se sont entre-temps imposées dans la signification de « super ». Même si le consommateur rencontre cette désignation dans un contexte informatique, par exemple *terabyte*, il l'interprétera comme « très grand », sans saisir la signification exacte du préfixe *tera* (un million de fois un million). D'ailleurs, les domaines de l'informatique, des ondes électromagnétiques et de l'astronomie sont des domaines très spécialisés. Enfin, l'Office estime que le public cible ne reconnaitra pas non plus la signification du vocable « teras » provenant du grec pour « monstre ».

30. L'Office soutient donc que la marque invoquée n'a pas de signification établie. Dans ce contexte, il convient de relever que, si le consommateur moyen perçoit normalement une marque comme un tout et ne se livre pas à un examen de ses différents détails, il n'en demeure pas moins que, en percevant un signe verbal, il le décomposera en des éléments verbaux, qui, pour lui, ont une signification concrète ou qui ressemblent à des mots qu'il connaît.[8]

31. En l'espèce, la marque invoquée contient l'élément TERA, ainsi écrit avec un seul R. Une partie au moins du public concerné associera cet élément à la marque contestée, même s'il est clairement mal orthographié. Pour cette partie du public les signes se ressemblent conceptuellement.

32. Les signes se ressemblent sur le plan conceptuel pour au moins une partie du public.

---

[7] https://www.ensie.nl/betekenis/o-in-namen.
[8] Tribunal UE 6 octobre 2004, T-356/02, ECLI:EU:T:2004:292, point 51 (Vitakraft) et 12 novembre 2008, T-281/07, ECLI:EU:T:2008:489, point 30 (Ecoblue).

Comparaison visuelle

33. Les deux signes sont des marques purement verbales, composées de cinq lettres, le signe contesté formant ainsi le mot Terra. La marque invoquée n'est pas un mot existant, mais quatre de ses lettres apparaissent dans le même ordre dans le signe contesté. Le début de la marque invoquée est différent, à savoir la lettre O suivie d'une apostrophe, mais cela est insuffisant pour éliminer un certain degré de similitude visuelle dû aux quatre lettres identiques.

34. Visuellement les signes sont similaires dans un certain degré.

Comparaison phonétique

35. La marque invoquée se prononce en trois syllabes, [o-te-ra], le signe contesté en deux, [ter-ra]. Deux syllabes se prononcent donc à l'identique, la première syllabe de la marque contestée est en revanche différente. Toutefois, cette différence ne suffit pas à annihiler une impression globale de similitude phonétique à cause des deux syllabes identiques.

36. Les signes sont similaires sur le plan phonétique.

Conclusion

37. Les signes se ressemblent visuellement dans un certain degré, phonétiquement ils sont similaires et conceptuellement ils sont similaires pour au moins une partie du public.

Comparaison des services

38. 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 (CJUE arrêt Canon, déjà cité).[9]

39. 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 produits et services tels que formulés au registre et ceux repris dans la demande de marque.[10]

40. Les services à comparer sont les suivants :

Opposition basée sur :	**Opposition dirigée contre**
Classe 35 Services de vente au détail de viande, poisson, volaille et gibier, extraits de viande, sauces de fruits, œufs, lait et produits laitiers, huiles et graisses comestibles, beurre, charcuteries, salaisons, crustacés (non vivants), conserves de viande et de poisson, fromage; services de vente au détail de boissons lactées où le lait prédomine, café, thé, sucre, riz, tapioca, sagou, succédanés du café, farine et préparations	Classe 35 Services de vente au détail de produits alimentaires, de boissons, de fruits et légumes frais.

[9] CJUE 29 septembre 1998, C-39/97, ECLI:EU:C:1998:442, point 23 (Canon).
[10] TUE 16 juin 2010, T-487/08, ECLI:EU:T:2010:237, point 71 (Kremezin).

faites de céréales, pain, miel, sirop de mélasse, levure, poudre pour faire lever, sel, moutarde, vinaigre, sauces condiments, épices, glace à rafraîchir, sandwiches, pizzas, biscottes, boissons à base de café ou de thé; Services de vente au détail de bières, eaux minérales et gazeuses et boissons non alcooliques, boissons de fruits et jus de fruits, sirops et autres préparations pour faire des boissons, boissons alcoolisées à l'exception des bières, cidre, digestifs (liqueurs et spiritueux), vins, vins vinés, extraits ou essences alcoolisés; Tous les services précités à l'exception des services liés aux en-cas à base de céréales, en-cas à base de riz, en-cas principalement à base de pain, en-cas à base de farine de pommes de terre, en-cas à base de farine de riz, en-cas à base de farine de maïs, encas à base de farine de soja, en-cas à base de farine de céréales, en-cas à base de farine pour biscotte, barres de céréales, chips [produits céréaliers], crackers à base de céréales préparées, chips à base de céréales, semences de céréales non transformées (en-cas).	

41. Les *services de vente au détail de produits alimentaires* du signe contesté sont couverts par les services suivants de la marque invoquée : *services de vente au détail de viande, poisson, volaille et gibier, extraits de viande, sauces de fruits, œufs, lait et produits laitiers, huiles et graisses comestibles, beurre, charcuteries, salaisons, crustacés (non vivants), conserves de viande et de poisson, fromage, sucre, riz, tapioca, sagou, farine et préparations faites de céréales, pain, miel, sirop de mélasse, levure, poudre pour faire lever, sel, moutarde, vinaigre, sauces condiments, épices, glace à rafraîchir, sandwiches, pizzas, biscottes*. Ces services sont donc identiques. 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 sont considérés comme identiques.[11]

42. Les *services de vente au détail de boissons* du signe contesté sont couverts par les services suivants de la marque invoquée : *services de vente au détail de boissons lactées où le lait prédomine, café, thé, succédanés du café, boissons à base de café ou de thé, bières, eaux minérales et gazeuses et boissons non alcooliques, boissons de fruits et jus de fruits, sirops et autres préparations pour faire des boissons, boissons alcoolisées à l'exception des bières, cidre, digestifs (liqueurs et spiritueux), vins, vins vinés, extraits ou essences alcoolisés*. Ces services sont donc identiques.

43. Les *services de vente au détail de fruits et légumes frais* du signe contesté sont similaires dans un certain degré aux services suivants de la marque invoquée : *services de vente au détail de boissons de fruits et jus de fruits, sirops et autres préparations pour faire des boissons*. Les fruits et légumes frais peuvent en effet être utilisés pour en faire de boissons de fruits et jus de fruits. Dans certains points de vente, ces boissons sont fraîchement préparées devant les yeux du public et les consommateurs peuvent

[11] Voir en ce sens TUE 23 octobre 2002, T-104/01, ECLI:EU:T:2002:262 (Fifties); 24 novembre 2005, T-346/04, ECLI:EU:T:2005:420 (Arthur et Félicie) et 21 octobre 2008, T-95/07, ECLI:EU:T:2008:455 (Prazol).

clairement voir le lien entre ces produits, de sorte qu'ils peuvent penser qu'ils proviennent des mêmes fournisseurs. De plus, les sirops et autres préparations pour faire des boissons peuvent être utilisés comme alternatif pour faire des boissons au lieu de fruits et légumes frais. Les fruits et légumes frais sont également en concurrence avec les boissons de la marque invoquée : au lieu de manger un morceau de fruit ou de légume, on peut décider de boire un verre de jus de fruits.

Conclusion

44. Les services contre lesquels l'opposition est dirigée sont en partie identiques et en partie similaires aux services sur lesquels l'opposition est basée.

A.2 Appréciation globale

45. 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.

46. 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.[12]

47. 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.[13] Dans le cas d'espèce, les services sont susceptibles de s'adresser à l'ensemble des consommateurs, de sorte que le niveau d'attention à considérer est un niveau normal.

48. 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.[14] L'Office est d'avis que la marque invoquée dispose d'un caractère distinctif normal, puisqu'elle ne décrit pas une qualité des services concernés.

49. Les signes se ressemblent dans un certain degré sur le plan visuel, phonétiquement ils sont similaires et conceptuellement ils le sont pour au moins une partie du public concerné. Dans ce contexte, il convient de noter qu'un risque de confusion dans l'esprit d'une partie du public est suffisant pour justifier l'opposition.[15] Enfin, les services concernés sont identiques ou similaires. Pour ces raisons, l'Office conclut que le public concerné peut croire que les services proviennent de la même entreprise ou d'une entreprise économiquement liée et qu'il existe donc un risque de confusion.

B. Conclusion

50. Vu ce qui précède, l'Office est d'avis qu'il existe un risque de confusion.

---

[12] Arrêts Canon et Lloyd Schuhfabrik Meyer, déjà cités.
[13] Arrêt Lloyd Schuhfabrik Meyer, précité.
[14] Voir arrêt Canon, déjà cité.
[15] Tribunal UE 9 mars 2005, T-33/03, ECLI:EU:T:2005:89, pont 39 (Hai/Shark).

IV. CONSÉQUENCES

51. L'opposition numéro 2017388 est justifiée.

52. La demande Benelux 1446621 n'est pas enregistrée pour les services suivants :

Classe 35 Services de vente au détail de produits alimentaires, de boissons, de fruits et légumes frais.

53. La demande Benelux 1446621 est enregistrée pour les services suivants, puisque l'opposition n'était pas dirigée contre eux :

Classe 35 : Gestion commerciale de points de vente au détail; services de vente au détail de produits chimiques à usage agricole, horticole et forestier, de produits d'extinction et de protection contre l'incendie, de colles à usage industriel, de mastics et autres produits de remplissage, de compost, d'engrais et de fumier, de peintures, de vernis, de laques, de produits antirouille, de produits de protection du bois; services de vente au détail de lubrifiants, combustibles et agents d'éclairage, propergols, pastilles de chauffage, gaz utilisés comme combustibles, pesticides, fongicides, herbicides, matériaux en métal pour le bâtiment et la construction, structures transportables en métal, câbles et fils en métaux communs [non destinés à l'électricité], petite quincaillerie, conteneurs en métal pour le stockage et le transport, coffres-forts, machines, machines-outils et outils électriques, outils agricoles, tondeuses à gazon et leurs accessoires, outils et instruments à main et de coutellerie; services de vente au détail d'appareils et instruments scientifiques, de navigation, de recherche, de topographie, photographiques, cinématographiques, audiovisuels, optiques, de pesage, de mesure, de signalisation, de détection, de contrôle, d'essai, de vérification et d'enseignement, appareils et instruments pour conduire, commuter, transformer, stocker, régler ou contrôler la distribution ou l'utilisation de l'électricité, d'appareils et instruments pour l'enregistrement, la transmission, la reproduction ou le traitement du son, des images ou des données, appareils et installations pour l'éclairage, le chauffage, le refroidissement, la production de vapeur, la cuisson, le séchage, la ventilation ou l'alimentation en eau, ainsi que pour l'usage sanitaire, d'appareils de l'éclairage, de véhicules et accessoires de véhicules, notamment de scooters, de bicyclettes, de scooters électriques, de bicyclettes électriques et d'appareils de locomotion par terre, par air ou par eau; services de vente au détail de papier et de carton, d'imprimés, de la papeterie et des articles de bureau (à l'exception des meubles), des adhésifs pour la papeterie ou le ménage, de matériel de dessin et de matériel d'artiste, feuilles et sacs en plastique pour l'emballage et le conditionnement, de matériaux de scellement, d'emballage et d'isolation, tubes, tuyaux et conduites flexibles [non métalliques], de bagages et de sacs de transport, de parapluies et de parasols, de colliers, de laisses et de couvertures pour animaux, de matériaux [non métalliques] pour la construction, de tubes [non métalliques] pour la construction, de structures transportables [non métalliques], de conteneurs [non métalliques] pour le stockage ou le transport, d'ustensiles et conteneurs pour le ménage et la cuisine, d'ustensiles de cuisine et de vaisselle, de peignes et d'éponges, de brosses et de pinceaux, d'ustensiles de nettoyage ainsi que de verrerie; services de vente au détail d'articles d'habillement, de chaussures, de coiffures, de vêtements de protection et de travail, de jeux, de jouets, d' articles de gymnastique et de sport, de décorations pour arbres de Noël, de produits agricoles, horticoles, aquacoles et forestiers bruts et non transformés, de semences et de plants bruts et non transformés, de herbes fraîches, de plantes et de fleurs naturelles, de bulbes, de plants et semis pour la plantation, d'animaux vivants, d'aliments et boissons pour animaux, malt et de produits de jardinage et horticoles.

54. L'opposition étant justifiée, le défendeur est redevable d'un montant de 1.045 euros au bénéfice de l'opposant en vertu de l'article 2.16, alinéa 5, CBPI, à lire en lien avec la règle 1.28, alinéa 3 RE. Cette décision forme titre exécutoire en vertu de l'article 2.16, alinéa 5, CBPI.

La Haye, le 05 janvier 2023

BOIP

Willy Neys
rapporteur

Eline Schiebroek

Saskia Smits

Agent chargé du suivi administratif : Gerda Veltman