

OFFICE BENELUX DE LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE
DÉCISION en matière d'OPPOSITION
N° 2017448
du 26 mai 2023

Opposant : **LA MAISON DU CHOCOLAT, Société par actions simplifiée**
Avenue de Ségur 65
75007 Paris
France

Mandataire : **IPSILON BENELUX SA, aussi traitant sous le nom Distinctive+Ipsilon**
Parc d'activités 77
8308 Capellen
Luxembourg

Marque invoquée : **Enregistrement de marque international 1073357**



contre

Défendeur : **Vernet Group SPRL**
Boulevard Emile Jacqmain 16 Boîte 74
1000 Bruxelles
Belgique

Mandataire : **Janson Baugniet CVBA**
Congreslaan 27
9000 Gent
Belgique

Marque contestée : **Demande de marque Benelux 1443789**



LA MAISON DU CHOCOLAT BELGE

Manufacturé exclusivement en Belgique

I. FAITS ET PROCÉDURE

A. Faits


1. Le 28 mai 2021, le défendeur a introduit la demande de marque Benelux de la marque semi-



LA MAISON DU CHOCOLAT BELGE

Manufacturé exclusivement en Belgique

figurative pour distinguer des produits et services en classes 30 et 43. Cette demande a été mise en examen sous le numéro 1443789 et a été publiée le 16 août 2021.

2. Le 15 octobre 2021, l'opposant a fait opposition à l'enregistrement de cette demande sur base de l'enregistrement de marque internationale, désignant entre autres l'Union européenne, numéro 1073357 de la marque semi-figurative  déposée le 8 mars 2011 et enregistrée le 13 décembre 2012 pour des produits en classe 30.

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

4. L'opposition est dirigée contre tous les produits et services du signe contesté et basée sur tous les produits de la marque invoquée.

5. La langue de la procédure est le français.

B. Déroulement de la procédure

6. L'opposition est recevable et les parties en ont été informées par courrier en date du 18 octobre 2021. Au cours de la phase administrative de la procédure, les parties ont soumis leurs arguments et à la requête du défendeur, l'opposant a fourni des preuves d'usage. Tous les documents soumis satisfont aux exigences de la Convention Benelux en matière de Propriété intellectuelle (ci-après : « CBPI ») et du règlement d'exécution s'y rapportant (ci-après : « RE »). De plus, la procédure a été suspendue une fois sur demande des parties. La phase administrative de la procédure a été clôturée le 25 janvier 2023.

II. MOTIFS ET ARGUMENTS JURIDIQUES DES PARTIES

7. 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^{er}, sous b, CBPI : risque de confusion en raison de l'identité ou de la ressemblance des signes concernés et de l'identité ou de la similitude des produits et services en question.

A. Arguments de l'opposant

8. L'opposant commence avec la comparaison des produits et services. Il explique pour l'ensemble des produits contestés en classe 30 qu'ils sont identiques ou au moins fortement similaires aux produits de la marque antérieure en classe 30. En outre, les services contestés en classe 43 sont similaires aux produits de la marque antérieure en classe 30, les services de restauration étant complémentaires aux produits alimentaires.

9. En ce qui concerne la comparaison des signes, l'opposant fait valoir que l'élément dominant de la marque antérieure est l'élément verbal LA MAISON DU CHOCOLAT, tandis que les éléments figuratifs retiendront l'attention du consommateur dans une très faible mesure. En ce qui concerne le signe contesté,

les mots LA MAISON DU CHOCOLAT BELGE constituent l'élément dominant dudit signe. Selon l'opposant, le terme BELGE est descriptif du lieu de fabrication des produits en classe 30 et du lieu de fourniture des services en classe 43. Ce dernier terme n'a donc aucun impact sur la comparaison des signes. Ensuite, les termes « Manufacturé exclusivement en Belgique » sont descriptifs par rapport aux produits et services en cause, dans la mesure où ils servent à désigner leur provenance et lieu de fabrication. Les lettres CMB font référence à l'expression LA MAISON DU CHOCOLAT BELGE. Enfin, l'opposant estime que le soulignage de couleur « noir jaune rouge » sous les mots LA MAISON DU CHOCOLAT BELGE est un élément figuratif banal et susceptible d'être perçu comme purement décoratif.

10. Phonétiquement, le nombre de syllabes des signes est presque identique, et les 7 premières syllabes, LA MAI-SON DU CHO-CO-LAT, sont identiques. La marque antérieure est intégralement reprise dans l'élément dominant du signe contesté, et seules les 2 dernières syllabes de ce dernier, BEL-GE, diffèrent. Toutefois, le terme « belge » est descriptif et n'est pas de nature à surmonter les identités relevées ci-dessus. Une partie significative des consommateurs ne prononcera que l'élément verbal LA MAISON DU CHOCOLAT BELGE car l'élément CMB sera considéré comme purement décoratif et les éléments « Manufacturé exclusivement en Belgique » seront tout au plus considérés comme un élément descriptif. L'opposant considère donc qu'il existe une similarité élevée d'un point de vue phonétique, et même une identité pour les termes LA MAISON DU CHOCOLAT.

11. Visuellement, les signes présentent un nombre de mots presque identiques, respectivement quatre pour la marque invoquée et cinq pour le signe contesté, dont les premiers, représentant l'intégralité de la marque antérieure, sont identiques. Le terme BELGE n'est pas de nature à influencer la comparaison visuelle des signes dans la mesure où il est descriptif. Les autres éléments verbaux et figuratifs ne sont pas présentés d'une manière si spécifique et originale qui aiderait les consommateurs à les garder à l'esprit et contribuerait à distinguer les signes. Les lettres CMB du signe contesté seront perçues comme une simple référence aux termes MAISON DU CHOCOLAT BELGE, et leur nature est purement décorative. Par conséquent, les différences entre les signes sont insuffisantes pour rendre les signes visuellement différents, surtout compte tenu du fait que les éléments verbaux à comparer sont presque identiques. L'opposant conclut qu'il existe une similarité élevée sur le plan visuel, et même une identité pour les termes LA MAISON DU CHOCOLAT.

12. L'opposant explique que les concepts de MAISON DU CHOCOLAT seront perçus de manière identique sur le plan conceptuel. De plus, les lettres CMB dans le signe contesté sont les initiales de MAISON DU CHOCOLAT BELGE, et le public fera un lien entre ces éléments. Par conséquent, dès lors que pour au moins une partie du public pertinent les deux marques véhiculent les concepts de MAISON DU CHOCOLAT, les signes sont conceptuellement identiques.

13. L'opposant fait encore référence à des cas antérieurs auprès de l'Office de l'Union européenne pour la propriété intellectuelle (ci-après : « EUIPO ») et le Tribunal de l'Union européenne (ci-après : « TUE ») où des marques, répondant à certains caractéristiques proches du cas présent, ont été jugées similaires.

14. Dans le cadre de l'appréciation globale du risque de confusion, il est nécessaire de prendre en compte le consommateur moyen des catégories de produits et services concernées, normalement informé et raisonnablement attentif et avisé. En l'occurrence, il existe une identité en ce qui concerne les mots LA MAISON DU CHOCOLAT, qui sont les éléments dominants des signes. La grande similarité entre les signes, ainsi que l'identité et la similarité des produits et services désignés sont de nature à compenser toute différence qui pourrait exister entre les signes. Ainsi, selon l'opposant, l'ensemble des circonstances crée inévitablement un risque de confusion dans l'esprit du consommateur moyen. Il demande donc à l'Office

de déclarer qu'il existe un risque de confusion entre les signes et de recevoir l'opposition et de refuser le signe contesté pour l'ensemble des produits et services désignés en classes 30 et 43.

15. Sur la demande du défendeur l'opposant a produit des preuves d'usage de la marque invoquée.

B. Réaction du défendeur

16. Le défendeur demande d'abord des preuves d'usage à l'opposant.

17. Le défendeur fait valoir, à titre préliminaire, que la marque verbale de l'opposant LA MAISON DU CHOCOLAT a été refusée par l'EUIPO et par la Cour d'Appel de Bruxelles. La marque a été refusée par l'EUIPO en 2005 étant donné qu'elle décrit un établissement ou une boutique spécialisée dans le chocolat et les produits à base de chocolat. Ainsi, en ce qui concerne le « cacao, la pâtisserie et la confiserie, les sauces (condiments), la glace » et les « services pour fournir de la nourriture et des boissons », la marque est descriptive et dépourvue de tout caractère distinctif. En outre, l'opposant n'avait pas non plus réussi à démontrer l'acquisition d'un caractère distinctif par usage.

18. L'opposant a ensuite fait appel contre la décision de l'EUIPO auprès de la Chambre de Recours de l'EUIPO. Le défendeur explique qu'en 2007 la Chambre de Recours a confirmé intégralement la décision de l'EUIPO. À la suite de ce refus d'enregistrement au niveau européen, l'opposant a déposé une requête de conversion en demande de marque nationale. L'Office Benelux a ensuite refusé la marque pour des produits et services en classes 30 et 43. En 2008, l'opposant a fait appel contre cette décision de refus auprès de la Cour d'appel de Bruxelles. En 2009 la Cour a confirmé la décision de l'Office Benelux.

19. À la suite de ce refus systématique du signe LA MAISON DU CHOCOLAT, l'opposant a déposé en 2011 la marque semi-figurative invoquée. Le défendeur considère que le caractère distinctif de la marque invoquée ne découle pas de l'élément verbal descriptif LA MAISON DU CHOCOLAT, mais uniquement de sa configuration spécifique et de ses éléments visuels dominants. Le défendeur fait observer que l'argumentation de l'opposant est entièrement construite comme s'il avait un monopole sur le signe LA MAISON DU CHOCOLAT, ce qui n'est pas le cas. De ce fait, l'opposant commet deux erreurs manifestes, selon le défendeur. Premièrement, au niveau des preuves d'usage, l'opposant fournit des documents qui démontrent un certain usage de l'élément verbal LA MAISON DU CHOCOLAT PARIS, mais non un usage sérieux de la marque invoquée enregistrée. Deuxièmement, au niveau de la comparaison des signes, l'opposant se focalise sur la coïncidence de l'élément verbal LA MAISON DU CHOCOLAT et il fait abstraction de la configuration spécifique de la marque invoquée et des nombreuses différences au niveau des éléments distinctifs et dominants des signes. L'opposition est donc non fondée, à titre principale, à cause d'absence de preuves d'usage sérieux de la marque invoquée et, à titre subsidiaire, à cause de l'absence de confusion.

20. En ce qui concerne l'absence de preuve d'usage, le défendeur explique qu'il doit être apprécié si la marque telle qu'elle est utilisée constitue une variante acceptable ou non de sa forme enregistrée. Le défendeur estime que l'Office constatera qu'aucune des preuves présentées ne contient la marque invoquée telle qu'enregistrée. Elles démontrent tout au plus un certain usage d'un signe nettement



différent : . Ce signe utilisé altère le caractère distinctif de la marque invoquée. Avant de procéder à une comparaison de la marque invoquée et du signe utilisé, le

défendeur clarifie que le caractère distinctif de la marque invoquée découle de la combinaison d'éléments non distinctifs, à savoir les mots LA MAISON DU CHOCOLAT, avec un élément figuratif distinctif d'une manière spécifique et dans une configuration et stylisation spécifique.

21. Il suit d'une comparaison entre la marque invoquée et le signe utilisé qu'il existe plusieurs différences importantes au niveau de leurs éléments distinctifs, à savoir le signe utilisé omet plusieurs éléments distinctifs et dominants de la marque invoquée (dont la répétition de l'élément figuratif et l'élément verbal MAISON DU CHOCOLAT), la configuration et l'impression visuelle globale du signe utilisé diffère de la marque invoquée et le signe utilisé est caractérisé par l'ajout d'un élément distinctif, le mot PARIS, une ville n'étant pas particulièrement connue comme un endroit où on fabrique du chocolat. Ces différences altèrent considérablement le caractère distinctif de la marque invoquée. Le défendeur estime que le signe utilisé ne peut donc pas constituer un usage de la marque invoquée.

22. Vu que toutes les preuves d'usage reprennent un signe qui altère de façon significative le caractère distinctif de la marque invoquée, le défendeur demande à l'Office de conclure que les preuves d'usage ne démontrent pas que la marque invoquée a fait l'objet d'un usage sérieux. De plus, le défendeur demande à l'Office de constater en toute état de cause que, même si les preuves d'usage reprenaient la marque invoquée enregistrée, les pièces introduites ne donnent pas suffisamment d'indications concernant le lieu, la durée, la nature et l'importance de l'usage. À défaut de preuve d'un usage sérieux de la marque invoquée, l'opposition est non fondée et il n'y a pas lieu d'examiner l'existence d'un risque de confusion.

23. Subsidiairement, le défendeur argumente qu'il n'y a pas de risque de confusion. En ce qui concerne la comparaison des signes, il fait d'abord observer que l'élément LA MAISON DU CHOCOLAT est descriptif et donc dépourvu de tout caractère distinctif.

24. Visuellement, les éléments distinctifs de la marque invoquée, notamment l'élément figuratif distinctif, la répétition de cet élément figuratif avec l'élément verbal MAISON DU CHOCOLAT et la représentation de ces éléments en blanc sur un rectangle en gris foncé, sont absents dans le signe contesté. Le signe contesté est caractérisé par l'élément semi-figuratif central, la présence d'une ligne noire, jaune et rouge et la configuration spécifique et totalement différente de la configuration de la marque invoquée. Selon le défendeur, le consommateur moyen ne comprendra pas que l'élément CMB fait référence aux premières lettres de l'élément verbal LA MAISON DU CHOCOLAT BELGE. Dans ce raisonnement l'abréviation devrait être 'LMDCB' ou 'MCB' et non 'CMB', d'après le défendeur. L'élément CMB est donc distinctif pour les produits et les services visés. Les signes coïncident uniquement dans la présence de l'élément non-distinctif LA MAISON DU CHOCOLAT. Le défendeur considère que les signes sont globalement dissimilaires sur le plan visuel. Tout au plus, ils présentent une faible similarité sur le plan visuel et ceci uniquement à cause de l'élément commun non-distinctif LA MAISON DU CHOCOLAT.

25. Phonétiquement, la marque invoquée est composée de 8 mots et le signe contesté de 9 mots. Le défendeur estime que le début du signe contesté CMB, diffère totalement du début de la marque invoquée. Les signes coïncident uniquement dans l'élément non-distinctif LA MAISON DU CHOCOLAT. Il s'ensuit que les signes sont dissimilaires également sur le plan phonétique. Tout au plus, ils présentent une faible similarité et ceci uniquement à cause de l'élément non-distinctif LA MAISON DU CHOCOLAT.

26. L'élément dominant et distinctif du signe contesté est l'élément CMB qui sera compris par le consommateur comme un terme de fantaisie. Ce terme étant absent dans la marque invoquée, les signes sont dissimilaires du point de vue conceptuel. En outre, les signes diffèrent, le signe contesté faisant référence à la Belgique et reprenant les couleurs du drapeau belge. Ces éléments conceptuels sont absents dans la marque invoquée et confèrent une signification différente au signe contesté, celle d'une maison CMB, spécialisée en chocolat Belge. Les signes coïncident uniquement dans la présence du concept d'une

MAISON DU CHOCOLAT, concept descriptif et dépourvu de caractère distinctif. Il s'ensuit que les signes sont dissimilaires sur le plan conceptuel.

27. Compte tenu de l'impression d'ensemble différente des signes, la présence de l'élément descriptif commun LA MAISON DU CHOCOLAT ne suffit pas à conclure à l'existence d'un risque de confusion.

28. Le défendeur tient à citer plusieurs dossiers comparables dans lesquels L'Office et le TUE ont décidé qu'il n'y a pas de risque de confusion (même pour des produits et/ou des services identiques) et où les marques en cause coïncidaient dans un ou plusieurs éléments descriptifs.

29. Pour ces raisons, le défendeur demande à l'Office, à titre principale, de déclarer que l'opposant n'a pas démontré un usage sérieux de la marque invoquée et de rejeter l'opposition comme non fondée. Subsidiairement, il demande à l'Office de déclarer qu'il n'y a pas de risque de confusion et de rejeter l'opposition comme non fondée. Par conséquent, le signe contesté doit être enregistré. Finalement, le défendeur demande à l'Office de mettre les dépens à charge de l'opposant.

III. DÉCISION

A. Risque de confusion

Comparaison des produits et services

30. 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.¹

31. Lorsque l'on compare les produits sur lesquels l'opposition est basée aux produits et 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.²

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

Opposition basée sur :	Opposition dirigée contre
Cl 30 Café, thé, cacao et produits du cacao, sucre, riz, succédanés du café; farines et préparations faites de céréales, pain, pâtisserie et confiserie, glaces comestibles; miel, sirop de mélasse; moutarde; vinaigre, sauces (condiments); épices; glace à rafraîchir; crêpes (alimentation); biscuiterie; gâteaux; biscottes; sucreries; chocolat et produits de chocolat; boissons à base de cacao, de café, de chocolat ou de thé.	Cl 30 Aliments à base de cacao; Chocolat; Produits à base de chocolat; Denrées alimentaires contenant du chocolat [en tant qu'ingrédient principal]; Pralines; Barres chocolatées; Oeufs en chocolat; Desserts au chocolat; Pâtes à tartiner au chocolat; Truffles [confiserie]; Bonbons (sucreries), friandises et gomme à mâcher; Bonbons; Glace, crèmes glacées, yaourts glacés et sorbets; Café, thés, cacao et leurs succédanés; Pâtisseries, gâteaux, tartes et biscuits.

¹ CJUE 29 septembre 1998, C-39/97, ECLI:EU:C:1998:442, point 23 (Canon).

² TUE 16 juin 2010, T-487/08, ECLI:EU:T:2010:237, point 71 (Kremezin).

	CI 43 Services de restauration [alimentation].
--	--

33. Le défendeur n'a pas procédé à une comparaison des produits et services. En l'absence d'une argumentation de sa part sur ce point, l'Office juge que le défendeur ne conteste pas l'identité ou la (forte) similarité entre les produits et services, comme le prétend l'opposant (voir point 8). L'Office rappelle que le respect du principe du contradictoire mentionné à l'article 2.16, alinéa 1er CBPI implique notamment que les faits auxquels la partie adverse n'a pas réagi, sont considérés comme n'étant pas contestés (voir la règle 1.21, sous d RE).³ L'identité, soit la (forte) similarité entre les produits et services est donc *in confesso*.

Comparaison des signes

34. Afin de juger le degré de similitude entre les signes en conflit, il faut déterminer leur similitude visuelle, phonétique et conceptuelle. La comparaison doit être fondée sur l'impression d'ensemble produite par ces signes. La perception des signes qu'a le consommateur moyen des produits ou des services en cause joue un rôle déterminant dans l'appréciation globale de ce risque. À cet égard, le consommateur moyen perçoit normalement une marque comme un tout et ne se livre pas à un examen de ses différents détails.⁴

35. Bien que la comparaison doive s'appuyer sur l'impression d'ensemble que lesdits signes laissent dans la mémoire du public pertinent, elle doit néanmoins s'opérer eu égard aux qualités intrinsèques des signes en conflit.⁵ L'impression d'ensemble produite dans la mémoire du public pertinent par une marque complexe peut, dans certaines circonstances, être dominée par un ou plusieurs de ses composants. 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.⁶

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

37. Les signes à comparer sont les suivants :

Opposition basée sur :	
-------------------------------	--

³ CJBen 15 juin 2022, C 2021/2, www.boip.int (Pizzatalia Original).

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

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

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



38. La marque invoquée est une marque semi-figurative composée de huit mots : LA MAISON DU CHOCOLAT LA MAISON DU CHOCOLAT. Au début, au milieu et à la fin du signe se trouve un élément figuratif abstrait composé de deux tirets horizontaux, dont le deuxième est plus court que le premier, reliés par une ligne courbée. Il y a un point au-dessus du deuxième tiret. Les mots et cet élément figuratif se trouvent sur un rectangle gris foncé. Le signe contesté est également une marque semi-figurative composée d'un élément figuratif montrant les lettres M et B entourées par une grande lettre C. En dessous se trouvent les mots LA MAISON DU CHOCOLAT BELGE en majuscules. Ces mots sont soulignés par une ligne composée des couleurs noire, jaune et rouge. En dessous de cette ligne est écrit, en caractères beaucoup plus petits, « Manufacturé exclusivement en Belgique ».

39. L'Office établit que le public ne percevra généralement pas l'élément descriptif d'une marque composée comme l'élément distinctif et dominant de l'impression générale créée par cette marque.¹¹ Les éléments verbaux des signes seront compris par le public Benelux comme une description de la nature des produits et/ou services visés. L'indication LA MAISON DU CHOCOLAT est descriptive pour des produits en classe 30 vu que ces produits alimentaires peuvent être issus de ou fabriqués par une entreprise spécialisée en produits à base de chocolat. Le même raisonnement vaut pour les services de restauration en classe 43, qui peuvent être rendus par une telle entreprise. La désignation « Manufacturé exclusivement en Belgique » dans le signe contesté est également descriptive pour les produits et services qui sont produits/fournis exclusivement en Belgique. À cet égard, la ligne noire, jaune et rouge dans le signe contesté sera également perçue comme une référence au drapeau Belge et donc comme un élément non distinctif. Les éléments les plus distinctifs des signes sont donc l'élément figuratif dans la marque invoquée et les lettres stylisées CMB dans le signe contesté. L'Office considère que lesdites lettres CMB ne seront pas perçues comme les initiales de l'indication LA MAISON DU CHOCOLAT BELGE étant donné que leur ordre ne correspond pas aux premières lettres de ladite indication et qu'il y a des lettres manquantes.

40. L'Office constate qu'une similitude éventuelle entre les signes concerne seulement l'indication verbale descriptive et non distinctive LA MAISON DU CHOCOLAT. En revanche, les éléments distinctifs des signes, à savoir l'élément figuratif dans la marque invoquée et les lettres CMB utilisées dans le signe contesté, sont complètement différents, ce qui rend donc l'impression d'ensemble des signes totalement différente.

41. Tenant compte de l'absence de caractère distinctif des éléments verbaux LA MAISON DU CHOCOLAT dans les signes, l'Office estime que les éléments spécifiques et distinctifs des signes, et plus précisément les différences typographiques et graphiques, attireront davantage l'attention du consommateur. Il s'ensuit que les différences entre les signes sont suffisantes pour neutraliser les points de similitude.

Conclusion

42. L'Office établit qu'il n'existe pas de similitude entre les signes vu leur impression d'ensemble différente. L'identité, soit la (forte) similarité entre les produits et services en cause, est *in confesso*. Toutefois, cela est insuffisant en soi pour créer un risque de confusion, les signes n'étant pas similaires.⁷ En effet, conformément aux termes de l'article 2.2ter, alinéa 1, sous b, CBPI, la similitude des signes et celle des produits et services sont toutes deux exigées pour pouvoir constater un risque de confusion.

B. Autres facteurs

43. En ce qui concerne le renvoi des parties à la jurisprudence d'autres instances européennes (voir points 13, 17 et 18), l'Office rappelle qu'il prend ses décisions sur base de la réglementation en vigueur au Benelux exclusivement. Ni sa propre pratique décisionnelle antérieure, ni celle d'autres instances nationales ou européennes ne lient l'Office.⁸

C. Conclusion

44. Vu ce qui précède, l'Office conclut qu'il n'existe pas de risque de confusion.

45. Vu l'absence de risque de confusion, il n'y a plus besoin d'examiner les preuves d'usage.

IV. CONSÉQUENCES

46. L'opposition numéro 2017448 n'est pas justifiée.

47. La demande de marque Benelux 1443789 est enregistrée.

48. L'opposition n'étant pas justifiée, l'opposant est redevable d'un montant de 1.045 euros au bénéfice du défendeur 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 26 mai 2023



Tineke Van Hoey
rapporteur

Camille Janssen

Willy Neys

Agent chargé du suivi administratif : Guy Abrams

⁷ TUE 22 janvier 2009, T-316/07, ECLI:EU:T:2009:14, point 42 (easyHotel) et TUE 13 avril 2010, T-103/06, ECLI:EU:T:2010:137, point 27 (Yokana).

⁸ TUE 3 mai 2007, T-353/04, ECLI:EU:T:2007:47, point 77 (Curon).