

OFFICE BENELUX DE LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE

DECISION en matière d'OPPOSITION

2017975

du 31 maart 2023

Opposant : **BEL, société anonyme**

Allée de Longchamp 2
92150 Suresnes
France

Mandataire : **KEYMARKS BV**

Avenue de l'Opale 11
1030 Bruxelles
Belgique

Marque invoquée 1 : Enregistrement de marque de l'Union européenne 3530466

BABYBEL

Marque invoquée 2 : Enregistrement de marque international 649095



Marque invoquée 3 : Enregistrement de marque international 649096



contre

Défendeur : **BADI BEL SPRL**
Rue du Marché 25
4020 Liège
Belgique

Mandataire : **José Mausén**
Rue de l'Académie 73
4000 Liège
Belgique

Marque contestée : **Demande de marque Benelux 1459919**



I. FAITS ET PROCÉDURE

A. Faits

1. Le 20 février 2022, le défendeur a procédé à la demande Benelux de la marque semi-figurative



pour distinguer des produits en classe 29. Cette demande a été mise à l'examen sous le numéro 1459919 et a été publiée le 22 février 2022.

2. Le 12 avril 2022, l'opposant a fait opposition à l'enregistrement de cette demande. L'opposition est basée sur les marques antérieures suivantes :

- Enregistrement de marque de l'Union européenne 3530466, demandé le 31 octobre 2003 et enregistré le 5 avril 2005 pour des produits en classe 29 de la marque verbale BABYBEL ;
- Enregistrement de marque international 649095, désignant entre autres le Benelux, demandé et enregistré le 29 décembre 1995 pour des produits en classe 29 de la marque semi-figurative



- Enregistrement de marque international 649096, désignant entre autres le Benelux, demandé et enregistré le 29 décembre 1995 pour des produits en classe 29 de la marque semi-figurative



3. Il ressort des registres que l'opposant est effectivement le titulaire des marques invoquées.

4. L'opposition est dirigée contre tous les produits du signe contesté et vise tous les produits de la première marque invoquée et une partie des produits de la deuxième et troisième marques invoquées.

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 13 avril 2022. Au cours de la phase administrative de la procédure, les parties ont soumis leurs arguments. 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 »). La phase administrative de la procédure a été clôturée le 13 octobre 2022.

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 fait observer que le public pertinent est le grand public d'attention moyenne.

9. L'opposant fait d'abord la comparaison entre la première marque invoquée et le signe contesté.

10. En ce qui concerne la comparaison visuelle, la marque invoquée et l'élément verbal BADI BEL du signe contesté sont composés de sept lettres dont cinq lettres sont identiques et placées dans le même ordre (BA..BEL), ce qui leur confère une physionomie proche. L'opposant fait remarquer que les signes diffèrent uniquement par les troisième et quatrième lettres, soit BY/DI et par les éléments figuratifs (ovales) du signe contesté. Il considère que les marques sont similaires du point de vue visuel.

11. En ce qui concerne la comparaison sur le plan phonétique, les éléments verbaux des signes à comparer sont « BABYBEL » pour la marque invoquée et « BADI BEL pour le signe contesté. Les deux marques sont constituées de trois syllabes dont la première et la troisième sont identiques (BA..BEL, alors que les syllabes du milieu (BY/DI) sont très similaires, étant donné que les voyelles Y (i grec) et I se prononcent de façon identique et que les lettres D et B ont un son similaire. Par ailleurs, l'opposant fait remarquer que la confusion entre B et D est un grand classique. Les marques sont donc similaires à un haut degré sur le plan phonétique.

12. Conceptuellement, l'élément BEL, qui est la dernière syllabe des deux marques, a la signification de « beau, joli ». Les signes ont donc une certaine ressemblance conceptuelle, d'après l'opposant.

13. En ce qui concerne la comparaison des produits, l'opposant fait observer que les produits « lait, beurre, yaourts ; fromages et produits laitiers » figurent dans les deux listes et sont donc identiques. Les « yaourts à boire » et les « yaourts aromatisés » sont inclus dans les « yaourts » de la marque antérieure et le « lait caillé » et le « lait de vache » sont inclus dans le produit « lait » de la marque invoquée. En plus, les produits du signe contesté sont tous des produits laitiers qui sont par leur nature, leur destination, leurs canaux de distribution, leurs points de vente, leur producteurs et leur utilisation, identiques ou similaires aux produits « Lait (sous toutes ses formes) ; beurre, crème, fromages et spécialités fromagères, yaourts, protéines, lactiques et lactosérum, levures lactiques et autres produits laitiers ; boissons à base de lait » de la marque invoquée.

14. Ensuite, l'opposant compare le signe contesté avec la deuxième et troisième marque invoquée. Lesdites marques étant très similaires et couvrant le même libellé des produits, l'opposant les examine ensemble.

15. En ce qui concerne la comparaison visuelle, les éléments verbaux respectifs BABYBEL et BADI BEL, qui prennent une place centrale et prépondérante dans les marques invoquées et le signe contesté, sont

composés de sept lettres dont cinq lettres sont identiques et placées dans le même ordre, ce qui leur confère une physionomie proche. Elles diffèrent uniquement par les lettres BY/DI. En outre les éléments verbaux des marques invoquées et du signe contesté sont représentés sur un fond rouge et arrondi et les couleurs rouges et blanches, qui sont les seules couleurs utilisées dans le signe contesté, et les couleurs principales des marques invoquées, donnent un aspect similaire aux signes respectifs. Les autres éléments figuratifs des marques invoquées sont simplement décoratifs et/ou évocateurs de la nature des produits (cruche de lait). Le mot MINI dans la troisième marque invoquée est descriptif de la taille du produit concerné. Ces éléments figuratifs sont donc négligeables. L'opposant est donc d'avis que les signes sont similaires du point de vue visuel.

16. En ce qui concerne la comparaison sur le plan phonétique, le mot MINI de la deuxième marque invoquée étant peu visible et en plus descriptif, les éléments verbaux des signes à comparer sont « BABYBEL » pour les marques invoquées et « BADI BEL » pour le signe contesté. Les termes des signes respectifs sont constitués de trois syllabes dont la deuxième et la troisième sont identiques (BA..BEL, alors que les syllabes au milieu (BY/DI) sont très similaires, étant donné que les voyelles Y et I se prononcent de façon identique et que les lettres D et B ont un son similaire. Par conséquent, l'opposant estime que les signes sont similaires à un haut degré sur le plan phonétique.

17. Conceptuellement, les signes ont une certaine ressemblance à cause de l'élément BEL qui est la dernière syllabe des signes, signifiant « beau, joli ».

18. En ce qui concerne la comparaison des produits, l'opposant explique que les fromages, le lait et les produits laitiers figurent dans les deux listes et sont donc identiques. En plus, les produits du signe contesté sont tous des produits laitiers qui sont par leur nature, leur destination, leurs canaux de distribution, leurs points de vente, leurs producteurs et leur utilisation, identiques ou similaires aux produits invoqués « Lait, fromages et autres produits laitiers ».

19. L'opposant considère que les marques invoquées et le signe contesté sont très similaires et les produits examinés sont identiques et similaires. Au vu de ces constatations, et en tenant compte de tous les facteurs pertinents, l'opposant conclut que le public pertinent pourrait être susceptible de croire que les produits proviennent de la même entreprise ou d'entreprises économiquement liés. Il demande donc à l'Office de déclarer cette opposition fondée, de refuser l'enregistrement du signe contesté pour tous les produits pour lesquels il a été déposé et de déclarer que les dépens sont à charge du défendeur.

B. Réaction du défendeur

20. Le défendeur explique qu'il exerce une activité de commerce de détail de pain et de pâtisseries et, de manière accessoire, une activité de vente de lait (battu ou caillé) ou de produits à base de lait et fabriqués de manière artisanale comme des yaourts.

21. Le défendeur fait valoir qu'il ne vend pas de fromage. Il dispose de deux points de vente à Liège avec la dénomination « Ô Marrakech ». Il produit plusieurs photos pour démontrer, entre autres que, l'essentiel des produits proposés sont des articles de boulangerie et de pâtisserie typiquement marocains, que les articles à base de lait sont des bouteilles de lait et du yaourt et que le site internet propose du lait ainsi que des boissons lactées aux goûts divers.

22. En ce qui concerne l'existence d'un risque de confusion, le défendeur estime que la comparaison par l'opposant entre le fromage dans son emballage avec la marque BABYBEL et uniquement la marque Badi Bel sans le produit ne correspond pas à la réalité et est donc trompeuse. Il fait remarquer que les

emballages des produits vendus dans les deux points de ventes comportent de nombreuses indications qui décrivent et individualisent les produits. La comparaison des produits effectivement mis en vente dans les deux points de vente démontre que tout risque de confusion dans l'esprit du public avec les fromages BABYBEL est exclu, et même tout risque d'association. Le défendeur produit plusieurs photos de ses produits pour étayer sa thèse. Il suit d'une simple comparaison des produits vendus qu'ils ne sont ni similaires, ni a fortiori identiques et qu'il n'existe aucun risque de confusion pour le consommateur quant à l'origine des produits.

23. En comparant les signes et les produits, le défendeur estime que, sur le plan phonétique, les signes ont des prononciations et significations différentes. Le signe contesté se prononce en français BADI, en référence au nom du propriétaire du signe, et BEL, en référence à la Belgique. La marque invoquée BABYBEL se prononce selon la prononciation anglaise du mot BABY suivi de BEL en référence au Groupe Bel qui a développé le produit. Le défendeur vend des produits laitiers tels que laits et yaourts, mais non du fromage. En revanche, l'opposant vend exclusivement du fromage. Même si on considère que les signes se ressemblent et que les parties proposent des produits similaires, quod non d'après le défendeur, cela n'est pas suffisant pour conclure à l'existence d'un risque de confusion. Une simple association ne suffit pas. En raison des nombreuses divergences des produits, le public ne pourrait pas croire que les produits viennent de la même entreprise ou d'entreprises économiquement liées.

24. Le défendeur fait valoir que les consommateurs n'iront pas chercher et/ou ne s'attendent pas à trouver un fromage français de la marque BABYBEL en rentrant dans un magasin Ô Marrakech. En outre, sur la devanture du magasin en dessous de Ô Marrakech se trouvent les inscriptions « Boulangerie – Pâtisserie – Glacier – Sandwicherie » qui donnent des informations supplémentaires au public sur le type de produits qu'on peut y trouver et les consommateurs. Le magasin du défendeur est organisé comme une boulangerie/pâtisserie typiquement marocaine où sont vendus des produits Badi Bel. Les produits de l'opposant se vendent dans des supermarchés non spécialisés. Le défendeur continue que les produits avec le signe Badi Bel évoquent la culture marocaine par différents éléments (intitulé Ô Marrakech, usage de mots arabes et de l'alphabet arabe, des spécialités typiquement marocaines). Par ces éléments les produits ne peuvent en rien être confondus avec les fromages français de l'opposant.

25. Pour ces raisons, le défendeur conclut qu'il ne peut y avoir un risque de confusion en l'espèce. Il demande donc à l'Office de juger cette opposition non fondée, d'accepter l'enregistrement du signe contesté pour tous les produits demandés et de mettre les dépens à la charge de l'opposant.

III. DÉCISION

A.1 Risque de confusion

26. 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.

27. L'article 2.2ter, alinéa 1, sous b, CBPI stipule, dans la mesure où cela est pertinent en l'espèce : « 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 ».¹

28. 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

29. Selon la jurisprudence constante de la Cour de Justice de l'Union Européenne (ci-après : « 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 produits

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.⁴

31. Lorsque l'on compare les produits sur lesquels l'opposition est basée aux produits contre lesquels l'opposition est dirigée, il y a lieu de considérer respectivement, les produits tels que formulés au registre et ceux repris dans la demande de marque.⁵

32. L'Office fait d'abord une comparaison entre la première marque de l'Union européenne invoquée et le signe contesté. Les produits à comparer sont les suivants :

Opposition basée sur :	Opposition dirigée contre :
Cl 29 Œufs, lait (sous toutes ses formes), beurre, crème, fromages et spécialités fromagères, yaourts, protéines, lactiques et lactosérum, levures lactiques et autres produits laitiers; boissons à base de lait.	Cl 29 Lait ; Beurre ; Yaourt ; Fromages ; Lait caillé ; Lait de vache ; Yaourts à boire ; Produits laitiers ; Boissons au yaourt ; Yaourts aromatisés.

33. Les produits *Lait ; Beurre ; Yaourt ; Fromages ; Produits laitiers* du défendeur sont repris à l'identique dans la liste des produits de l'opposant.

34. Les produits *lait caillé ; lait de vache* du défendeur sont inclus dans les produits *laits (sous toutes ses formes)* de l'opposant et sont donc identiques à ces derniers. Les produits *Yaourts à boire ; yaourts aromatisés* du défendeur sont inclus dans les produits *yaourts* de l'opposant et sont donc identiques à ces

¹ L'art. 2.2ter, alinéa 1^{er} 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 européenne.

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 (Equivalenza) et la jurisprudence y mentionnée.

⁴ CJEU 29 septembre 1998, C-39/97, ECLI:EU:C:1998:442, point 23 (Canon).

⁵ TUE 16 juin 2010, T-487/08, ECLI:EU:T:2010:237, point 71 (Kremezin).

derniers. Il est en effet de jurisprudence constante que lorsque les produits visés par la marque antérieure incluent les produits visés par la demande de marque, ces produits sont considérés comme identiques.⁶

35. Les produits *Boissons au yaourt* du défendeur sont similaires aux produits *yaourts* de l'opposant. Ces produits sont tous des yaourts, ou produits à base de yaourt qui partagent leur nature, leur destination, leurs canaux de distribution, leurs points de vente, leur producteurs et leur utilisation.

Conclusion

36. Les produits du défendeur sont soit identiques, soit similaires aux produits de l'opposant.


Comparaison des signes

37. 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.⁷

38. 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.⁸ 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.⁹

39. 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.

40. Les signes à comparer sont les suivants :

Opposition basée sur :	Opposition dirigée contre :
BABYBEL	

⁶ Voir en ce sens TUE 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).

⁷ CJUE 4 mars 2020, C-328/18 P, ECLI:EU:C:2020:156, point 58 (Equivalenza) et la jurisprudence y mentionnée.

⁸ CJUE 4 mars 2020, C-328/18 P, ECLI:EU:C:2020:156, point 71 (Equivalenza) et la jurisprudence y mentionnée.

⁹ 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).

Comparaison visuelle

41. La marque invoquée est une marque verbale composée d'un mot de sept lettres. Le signe contesté est une marque semi-figurative composée de deux mots de respectivement quatre et trois lettres, Badi et Bel. Ces deux mots sont écrits en blanc et sont placés sur un ovale rouge et entouré d'une ligne ovale blanche.

42. En ce qui concerne les marques composées (éléments verbaux et figuratifs) tels que le signe contesté, l'élément verbal a souvent un impact plus fort sur le consommateur que l'élément figuratif. En effet, le public évoque généralement ces marques en utilisant l'élément verbal.¹⁰ Dans le cas présent, bien que l'élément figuratif dans le signe contesté ne soit pas négligeable¹¹, l'attention du consommateur se verra surtout dirigée vers l'élément verbal Badi Bel vu sa position centrale dans le signe et le fait que les éléments figuratifs sont plutôt secondaires et mettent en avant les mots.

43. Il ressort d'une jurisprudence constante que le consommateur attache en général plus d'importance à la première partie d'une marque.¹² Les signes comptent tous les deux sept lettres dont cinq sont identiques, à savoir les deux premières et les trois dernières BA-BEL. Deux lettres au milieu des signes sont différentes, respectivement BY dans la marque invoquée et DI dans le signe contesté. Pour le reste, les signes diffèrent par l'ajout d'éléments figuratifs dans le signe contesté et le fait que la marque invoquée compte un mot et le signe contesté en compte deux.

44. Visuellement, les signes sont similaires.

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.¹³

46. La marque invoquée est prononcée en trois syllabes comme BA-BY-BEL. Le signe contesté est également prononcé en trois syllabes comme BA-DI BEL. Les consommateurs ont également tendance à accorder plus d'importance au début d'une marque ou d'un signe sur le plan phonétique.¹⁴ La première et dernière syllabes des signes sont identiques, à savoir BA et BEL. En ce qui concerne la deuxième syllabe, les lettres B et D sont toutes les deux des consonnes sonores ce qui fait que la différence entre elles n'est pas bien perceptible. En outre, les lettres Y et I seront prononcées de manière identique.

47. Phonétiquement, les signes sont similaires.

Comparaison conceptuelle

48. La marque invoquée est un mot de fantaisie sans signification précise.

¹⁰ TUE 14 juillet 2005, T-312/03, ECLI:EU:T:2005:289, point 37 (SELENIUM-ACE).

¹¹ Gerechtshof 's-Gravenhage 11 septembre 2012, 200.105.827/0, ECLI:NL:GHSGR:2012:BX8916 (MOOVE-4MOVE).

¹² Tribunal UE 17 mars 2004, T-183/02 et T-184/02, ECLI:EU:T:2004:79, point 81 (Mundicor).

¹³ Voir TUE 25 mai 2005, T-352/02, ECLI:EU:T:2005:176, point 42 (PC Works) et 21 avril 2010, T-361/08, ECLI:EU:T:2010:152, point 58 (Thai Silk).

¹⁴ Tribunal UE 17 mars 2004, T-183/02 et T-184/02, ECLI:EU:T:2004:79, point 81 (Mundicor).

49. Bien qu'une partie du public pourrait comprendre l'élément BEL dans le signe contesté soit comme « beau, joli », soit comme une référence à la Belgique, l'Office estime que le signe sera perçu dans son ensemble comme n'ayant pas de signification.

50. Les signes n'ayant pas de signification, une comparaison conceptuelle n'est pas possible.

Conclusion

51. Visuellement et phonétiquement, les signes sont similaires. Conceptuellement une comparaison n'est pas possible.

52. Étant donné qu'il existe une similitude visuelle et auditive entre la marque invoquée et le signe contesté, une appréciation globale du risque de confusion sur base des autres facteurs pertinents ne peut être omise.¹⁵

A.2 Appréciation globale

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

54. 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 similitude entre les marques, et inversement.¹⁶

55. Le consommateur moyen est censé être normalement informé et raisonnablement attentif et avisé. 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. Il échet également de prendre en considération le fait que le niveau d'attention du consommateur moyen est susceptible de varier en fonction de la catégorie de produits ou services en cause.¹⁷ En l'espèce, les produits en cause font parties des achats réguliers et courants du grand public. Le niveau d'attention est donc normal.

56. 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.¹⁸ L'Office établit que la marque invoquée possède intrinsèquement un caractère distinctif normal, étant donné qu'elle ne décrit pas une caractéristique des produits concernés.

57. Il convient également de noter qu'un risque de confusion dans l'esprit d'une partie du public est suffisant pour justifier l'opposition.¹⁹

¹⁵ CJUE 4 mars 2020, C-328/18 P, ECLI:EU:C:2020:156, point 60 (Equivalenza) et la jurisprudence y mentionnée.

¹⁶ CJUE 4 mars 2020, C-328/18 P, ECLI:EU:C:2020:156, point 59 (Equivalenza) et la jurisprudence y mentionnée.

¹⁷ CJUE 22 juin 1999, C-342/97, ECLI:EU:C:1999:323, point 26 (Lloyd Schuhfabrik Meyer).

¹⁸ CJEU 29 septembre 1998, C-39/97, ECLI:EU:C:1998:442, point 18 (Canon).

¹⁹ TUE 9 mars 2005, T-33/03, ECLI : EU :T: 2005:89, point 39 (Hai/Shark).

58. Les signes sont visuellement et phonétiquement similaires. Une comparaison conceptuelle n'est pas possible. Les produits sont soit similaires, soit identiques. Pour ces motifs et vu leur corrélation, l'Office considère que le public concerné peut croire que les produits proviennent de la même entreprise ou d'entreprises liées économiquement.

B. Autres facteurs

59. L'usage effectif des marques en cause tel qu'allégué par le défendeur (voir points 20-24) ne peut être pris en compte dans la procédure d'opposition, la comparaison des marques se faisant uniquement sur la base des données du registre.

C. Conclusion

60. Vu ce qui précède, l'Office conclut qu'il existe un risque de confusion.

61. L'opposition étant pleinement accueillie sur la base de la première marque invoquée, il n'est pas nécessaire d'examiner les autres marques invoquées conformément à l'article 1.14, alinéa 1er, sous i du RE.

IV. CONSÉQUENCES

62. L'opposition numéro 2017975 est justifiée.

63. La demande de marque Benelux 1459919 n'est pas enregistrée.

64. 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 31 mars 2023



Tineke Van Hoey
(rapporteur)

Pieter Veeze

Willy Neys

Agent chargé du suivi administratif: Monique Vrolijk