



OFFICE BENELUX DE LA PROPRIETE INTELLECTUELLE

DECISION en matière d'OPPOSITION

N° 2005490

du 23 novembre 2011

Opposant : **FIAT AUTO S.p.A.**
Corso G. Agnelli 200
10135 Torino
Italie

Mandataire : **Dennemeyer & Associates SA**
55 rue des Bruyères
1274 Howald
Grand-Duché de Luxembourg

Droit invoqué 1 : Enregistrement international 878995
PANDA CROSS

contre

Défendeur : **Hans-Ulrich Wartenweiler**
Birchstrasse 51
8156 Oberhasli
Suisse

Mandataire : **Bird Goën & Co**
Kleine Dalenstraat 42 A
3020 Winksele
Belgique

Marque contestée : Dépôt international 1036027
CITYPANDA

I. FAITS ET PROCEDURE**A. Faits**

1. Le 2 mars 2010, le défendeur a procédé au dépôt international, désignant entre autres le Benelux, de la marque semi-figurative suivante pour distinguer des produits en classes 12, 25 et 28 :

CITYPANDA

Cette demande de marque a été mise à l'examen sous le numéro 1036027 et a été publiée le 13 mai 2010 dans la *Gazette OMPI des marques internationales 2010/16*.

2. Le 30 juillet 2010, l'opposant a introduit une opposition contre l'enregistrement de ce dépôt. L'opposition est basée sur l'enregistrement international antérieur de la marque verbale « PANDA CROSS », numéro 878995, déposée le 30 janvier 2006, et enregistrée le 26 avril 2007, pour des produits en classes 12, 25 et 28.

3. Il ressort du registre concerné que l'opposant est effectivement le titulaire du droit invoqué.

4. L'opposition fut introduite contre tous les produits du dépôt contesté et basée sur tous les produits revendiqués par l'enregistrement antérieur.

5. Les motifs de l'opposition sont ceux consignés à l'article 2.18, alinéa 1^{er}, joint à l'article 2.14, alinéa 1^{er}, 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. Le 3 août 2010, l'Office Benelux de la Propriété intellectuelle (ci-après « l'Office ») a adressé à l'opposant et à l'Organisation Mondiale de la Propriété intellectuelle (ci-après « l'OMPI »), la notification relative à la recevabilité de l'opposition.

8. Le 3 août 2010 encore, l'Office informait les parties de la nécessité pour le défendeur de fournir les coordonnées d'un mandataire ayant son domicile ou son siège dans la Communauté européenne ou l'Espace économique européen. L'Office a donc invité le défendeur à fournir ces informations pour le 3 octobre 2010 au plus tard. Le 27 septembre 2010, le défendeur informait l'Office de la désignation d'un nouveau mandataire en charge de la défense de ses intérêts dans le cadre de la procédure d'opposition. Par courrier du 12 octobre 2010, l'Office informait les parties de ladite intervention.

9. Le 4 octobre 2010, les parties ont conjointement demandé la prolongation de la période de « cooling off » pour une nouvelle période de deux mois. Cette demande est réputée avoir été effectuée dans le délai imparti par l'Office, ce dernier y a donc fait droit. En effet, conformément à l'article 3.9 du Règlement d'exécution (ci-après : « RE »), le délai du 3 octobre 2010 expirant un dimanche, jour de fermeture de l'Office, est automatiquement étendu au premier jour ouvrable qui suit, soit en l'espèce, le

4 octobre 2010. De ce fait, la phase contradictoire de la procédure a débuté le 4 décembre 2010. Le 9 décembre 2010, l'Office a adressé aux parties un avis relatif au début de la procédure, un délai jusqu'au 9 février 2011 étant imparti à l'opposant pour introduire ses arguments et pièces éventuelles.

10. Le 19 janvier 2011, l'opposant a introduit ses arguments et pièces étayant l'opposition. Ceux-ci ont été envoyés par l'Office au défendeur le 21 janvier 2011, un délai jusqu'au 21 mars 2011 étant imparti à ce dernier pour y répondre.

11. Le 21 mars 2011, le défendeur a réagi aux arguments de l'opposant. Le 1^{er} avril 2011, l'Office a transmis la réaction du défendeur à l'opposant.

12. Chaque partie a introduit ses observations dans les délais impartis par l'Office.

13. L'Office estime qu'il dispose d'éléments suffisants pour pouvoir statuer sur l'opposition.

II. MOYENS DES PARTIES

14. L'opposant a introduit, en application des articles 2.18, alinéa 1^{er} et 2.14, alinéa 1^{er}, sous a CBPI, une opposition auprès de l'Office, conformément aux dispositions de l'article 2.3, 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 en question.

A. Arguments de l'opposant

15. En ce qui concerne la comparaison des produits, l'opposant considère que les produits repris en classes 12, 25 et 28 du dépôt contesté sont identiques, ou à tout le moins similaires en raison de leur connexité, aux produits des classes 12, 25 et 28 revendiqués par le droit invoqué.

16. Concernant la comparaison des signes, l'opposant estime que les signes en cause partagent le même terme « PANDA », lequel serait particulièrement distinctif en tant qu'il désigne les produits des classes 12, 25 et 28. Au contraire, les termes « CITY » et « CROSS » ne jouiraient que d'un faible pouvoir distinctif en raison de leur signification courante pour désigner respectivement un usage urbain (« CITY ») et non urbain (« CROSS »). L'opposant en déduit que le terme « PANDA » constitue l'élément dominant de chacun des signes. Sur cette base, l'opposant conclut à la ressemblance visuelle, phonétique et conceptuelle des signes en cause.

17. En conclusion, l'opposant considère qu'il existe un risque de confusion entre le droit invoqué et le dépôt contesté. Il demande à l'Office de faire droit à l'opposition et de refuser l'enregistrement du signe contesté.

B. Réaction du défendeur

18. En ce qui concerne la comparaison des produits, le défendeur reconnaît l'identité de certains d'entre eux mais considère toutefois que l'usage des produits visés en classe 12 par le dépôt contesté ne concernerait que certains véhicules « électriques ». Le défendeur soulève que l'opposant n'a jamais

fait usage de sa marque pour désigner ce type de véhicule et qu'il ne ressort pas des recherches effectuées qu'il en aurait l'intention dans le futur.

19. Le défendeur considère que le public visé par les produits respectifs visés en classe 12 serait différent, les utilisations urbaines (par référence au terme « city ») et non urbaines (par référence au terme « cross ») impliquant des puissances de moteur très différentes.

20. En ce qui concerne la comparaison des signes, le défendeur relève que les signes sont composés d'un nombre différent de mots et de syllabes. Il souligne également que les signes ne partagent pas le même début alors que le public attacherait davantage d'attention à la partie initiale des marques. Globalement donc, les signes se différencieraient sur le plan visuel. Sur le plan phonétique, le défendeur considère que la prononciation des signes est différente et qu'il ne peut être question d'une ressemblance sur ce plan. Enfin, d'un point de vue conceptuel, le défendeur considère que les signes présentent des différences conceptuelles importantes résultant de l'antinomie des termes « CITY » et « CROSS ». Le terme « PANDA » serait, lui, descriptif d'un type de voiture et serait d'ailleurs utilisé par de nombreuses et différentes marques de voitures et non uniquement par l'opposant, ce qui expliquerait pourquoi l'opposant utiliserait majoritairement la locution « PANDA CROSS » en combinaison avec sa marque de tête, « FIAT ».

21. Le défendeur considère qu'en ce qui concerne les produits visés en classe 12, le degré d'attention du public est d'un niveau élevé.

22. L'opposant considère qu'en l'absence de ressemblance des signes, il ne peut être question de risque de confusion. Il demande à l'Office de rejeter l'opposition, de procéder à l'enregistrement du dépôt contesté et de condamner l'opposant aux dépens, conformément à l'article 2.16., alinéa 5, CBPI.

III. DECISION

A.1. Risque de confusion

23. Conformément à l'article 2.18. combiné à l'article 2.14, alinéa 1^{er}, sous a, CBPI, le déposant ou le titulaire d'une marque antérieure peut, dans un délai de deux mois à compter du premier jour du mois suivant la publication du dépôt, introduire une opposition écrite auprès de l'Office Benelux de la Propriété intellectuelle contre une marque qui prend rang après sa marque, conformément aux dispositions de l'article 2.3, sous a et b, ou qui est susceptible de créer une confusion avec sa marque notoirement connue au sens de l'article 6bis de la Convention de Paris.

24. L'article 2.3, sous a et b, CBPI dispose que : « *Le rang du dépôt s'apprécie en tenant compte des droits existant au moment du dépôt et maintenus au moment du litige, à : a. des marques identiques déposées pour des produits ou services identiques ; b. des marques identiques ou ressemblantes déposées pour des produits ou services identiques ou similaires, lorsqu'il existe, dans l'esprit du public, un risque de confusion qui comprend le risque d'association avec la marque antérieure* ».

25. Selon la jurisprudence constante de la Cour de justice de l'Union européenne (ci-après : « CJUE ») relative à l'interprétation de la Directive 2008/95/CE du Parlement européen et du Conseil

du 22 octobre 2008 rapprochant les législations des États membres sur les marques (ci-après : « la Directive »), constitue un risque de confusion le risque que le public puisse croire que les produits ou services concernés proviennent de la même entreprise ou, le cas échéant, d'entreprises liées économiquement (arrêts CJUE, Canon, C-39/97, 29 septembre 1998 ; Lloyd Schuhfabrik Meyer, C-342/97, 22 juin 1999 ; voir aussi e.a. CJBen, A 98/3, Brouwerij Haacht/Grandes Sources belges, 2 octobre 2000 ; CJBen, A 98/5, Marca Mode/Adidas, 7 juin 2002 ; Hoge Raad der Nederlanden, C02/133HR, Flügel-flesje, 14 novembre 2003 ; Bruxelles, N-20060227-1, 27 février 2006).

Comparaison des signes

26. L'appréciation globale du risque de confusion doit, en ce qui concerne la similitude visuelle, auditive ou conceptuelle des signes en cause, être fondée sur l'impression d'ensemble produite par les marques, en tenant compte, notamment, des éléments distinctifs et dominants de celles-ci.

27. Il ressort du libellé de l'article 4, paragraphe 1, sous b), de la Directive (comp. article 2.3, sous b, CBPI), aux termes duquel « il existe, dans l'esprit du public, un risque de confusion qui comprend le risque d'association avec la marque antérieure », que la perception des marques qu'a le consommateur moyen du type de produit ou service en cause joue un rôle déterminant dans l'appréciation globale du risque de confusion. Le consommateur moyen perçoit normalement une marque comme un tout et ne se livre pas à un examen de ses différents détails (CJUE, arrêt Sabel, C-251/95, 11 novembre 1997).

28. L'impression d'ensemble produite auprès du public pertinent par une marque complexe peut, dans certaines circonstances, être dominée par un ou plusieurs des composants de celle-ci (CJUE, arrêt Limonchello, C-334/05 P, 12 juin 2007). Lors de l'appréciation du caractère dominant d'un ou de plusieurs composants déterminés d'une marque complexe, il convient de prendre en compte, notamment, les qualités intrinsèques de chacun de ces composants en les comparant à celles des autres composants. En outre, et de manière accessoire, peut être prise en compte la position relative des différents composants dans la configuration de la marque complexe (TUE, arrêt Matratzen, T-6/01, 23 octobre 2002 et arrêt El Charcutero Artesano, T-242/06, 13 décembre 2007).

29. Les signes à comparer sont les suivants :

Opposition basée sur :	Opposition dirigée contre :
PANDA CROSS	CITYPANDA

Comparaison conceptuelle

30. Le dépôt contesté est un signe semi-figuratif comprenant un élément verbal de neuf lettres « CITYPANDA ». Les lettres « PANDA » sont écrites en gras ce qui met en évidence les deux parties distinctes composant le signe « CITYPANDA », à savoir le terme anglais « CITY » signifiant « ville, cité » et le terme « PANDA » renvoyant à l'animal du même nom.

31. Le droit invoqué est un signe purement verbal composé de deux termes : premièrement, le mot « PANDA », renvoyant à l'animal du même nom et, deuxièmement, le mot anglais « CROSS »

renvoyant au verbe anglais « to cross » signifiant « barrer, empêcher ». Dans le contexte de la présente opposition, les parties s'accordent toutefois pour dire que le mot « CROSS » se réfère à « ce qui sort des sentiers battus » et plus généralement à « ce qui est non urbain ».

32. L'Office considère, contrairement au défendeur (voir point 20), que le terme « PANDA » ne sera pas perçu par le public Benelux comme étant descriptif d'un certain type de véhicule. L'appellation « panda car » est, en effet, quasiment inconnue au Benelux. Le fait que le public britannique ait choisi de désigner certains véhicules de police par ce terme n'implique pas que le public Benelux en ait fait de même. L'Office considère que le public Benelux associera uniquement le terme « PANDA » à l'animal du même nom.

33. En ce qui concerne les termes « CITY » et « CROSS », l'Office considère, suivant les parties, que le public Benelux en comprendra la signification. Le terme « CITY » fait partie des termes courants de langue anglaise utilisés au Benelux. Le terme « CROSS » est également largement connu au Benelux, principalement en raison de son utilisation dans le domaine sportif, et notamment par référence aux disciplines du *cyclo-cross*, du *moto-cross* et du *cross country*, toutes pratiquées en paysage encaissé et non urbain.

34. Au vu de ces considérations, l'Office constate que les signes partagent un élément identique, à savoir le terme « PANDA » et un élément différent (« CITY »/« CROSS »).

35. L'Office estime que les signes ont, sur le plan conceptuel, un certain degré de ressemblance.

Comparaison visuelle

36. Dans les signes composés (éléments verbal et figuratif), l'élément verbal a souvent un impact plus élevé sur le consommateur que l'élément figuratif (voir en ce sens : TUE, arrêt SELENIUM-ACE, T-312/03, 14 juillet 2005). En effet, le public évoque généralement ces signes en utilisant l'élément verbal. En l'espèce, vu la police de caractères utilisée, relativement banale, au sein du dépôt contesté, l'Office considère que la mise en forme graphique de l'élément verbal « CITYPANDA » revêt une importance secondaire. Tout au plus, vient-elle accentuer l'importance à accorder au terme « PANDA » du fait de l'utilisation d'une police de caractères gras pour ce terme.

37. Comme évoqué ci-dessus, les signes partagent tous les deux l'élément verbal « PANDA ». Au sein du dépôt contesté, cet élément verbal, même placé en seconde position, est particulièrement mis en évidence par l'utilisation d'une police de caractères gras. Dès lors, même si le public attache généralement davantage d'attention à la partie initiale des marques (TUE, arrêt Mundicor, T-183/02 et T-184/02, 17 mars 2004), l'Office considère qu'au sein du dépôt contesté, c'est bien l'élément « PANDA » qui attirera l'attention du public pertinent. Au sein du droit invoqué, le terme « PANDA » est placé en première position, attirant, de ce fait, davantage l'attention du public pertinent.

38. Par conséquent, l'Office considère que, même en présence des termes « CITY » et « CROSS », les signes présentent un certain degré de ressemblance au niveau visuel.

Comparaison phonétique

39. Sur le plan phonétique, les signes partagent deux syllabes identiques sur un total respectif de trois et quatre syllabes. A l'instar de ce qui a été relevé ci-avant, le terme « PANDA » est mis en évidence dans le dépôt contesté, ce qui lui donne une place plus importante qu'au terme « CITY ». Au sein du droit invoqué, le terme « PANDA » constitue le début du signe sur lequel le public pertinent portera davantage son attention.

40. Dès lors, l'Office considère que la reprise du terme « PANDA » implique un certain degré de ressemblance phonétique entre les signes.

Conclusion

41. Les signes présentent un certain degré de ressemblance sur les plans visuel, phonétique et conceptuel.

Comparaison des produits

42. Pour apprécier la similitude entre les produits en cause, il y a lieu de tenir compte de tous les facteurs pertinents qui caractérisent le rapport entre les produits. Ces facteurs incluent, en particulier, leur nature, leur destination, leur usage ainsi que leur caractère concurrent ou complémentaire (CJUE, arrêt Canon, précité).

43. Lors de la comparaison des produits du droit invoqué avec les produits contre lesquels l'opposition est dirigée, sont pris en considération les produits tels que formulés au registre, ou encore tels qu'indiqués dans la demande de marque.

44. Les produits à comparer sont les suivants :

Opposition basée sur :	Opposition dirigée contre :
CI 12 Véhicules ; appareils de locomotion par terre, par air ou par eau.	CI 12 Véhicules ; appareils de locomotion par terre, par air ou par eau, en particulier véhicules à moteur, en particulier véhicules propulsés entièrement ou partiellement par des moteurs à gaz ou par des moteurs électriques ; et leurs éléments, en particulier carrosseries et leurs éléments, moteurs et leurs éléments ; accessoires des produits mentionnés, en particulier accouplements, freins et systèmes de freins, ceintures de sécurité pour passagers de véhicules à moteur.
CI 25 Vêtements, chaussures, chapellerie.	CI 25 Vêtements, chaussures, chapellerie.
CI 28 Jeux, jouets ; articles de gymnastique et de sport non compris dans d'autres classes ; décorations pour arbres de Noël.	CI 28 Jeux, jouets ; articles de gymnastique et de sport.

Classe 12

45. Les « *véhicules ; appareils de locomotion par terre, par air ou par eau, en particulier véhicules à moteur, en particulier véhicules propulsés entièrement ou partiellement par des moteurs à gaz ou par des moteurs électriques* » sont identiques aux « *véhicules ; appareils de locomotion par terre, par air ou par eau* » visés par le droit invoqué. Pour rappel, l'utilisation des mots « en particulier » indique qu'il s'agit seulement d'une énumération d'exemples non-limitative de la catégorie à laquelle cette liste exemplative se rapporte (en ce sens : TUE, arrêt affilene, T-87/07, 12 novembre 2008, mais aussi : OBPI, décisions opposition, COMPLICES EAGLE, 2000761, 29 avril 2009 ; Max/Ma-x, 2002170, 25 février 2010 ; BONA/ALIBONA, 2003097, 3 mai 2010). Les produits concernés doivent donc être considérés comme identiques.

46. Les « *éléments [de véhicules ; appareils de locomotion par terre, par air ou par eau, en particulier véhicules à moteur, en particulier véhicules propulsés entièrement ou partiellement par des moteurs à gaz ou par des moteurs électriques]¹, en particulier carrosseries et leurs éléments, moteurs et leurs éléments ; accessoires des produits mentionnés, en particulier accouplements, freins et systèmes de freins, ceintures de sécurité pour passagers de véhicules à moteur* » constituent les pièces détachées des « *véhicules ; appareils de locomotion par terre, par air ou par eau* ». Les pièces détachées de véhicules sont intimement liées aux véhicules eux-mêmes et commercialisés par les mêmes entreprises. Ces produits sont fortement similaires en raison de leur complémentarité.

Classe 25

47. Les « *vêtements, chaussures, chapellerie* » du dépôt contesté sont repris *expressis verbis* dans la liste des produits couverts en classe 25 par le droit invoqué. Ces produits sont donc identiques.

Classe 28

48. Les « *jeux, jouets ; articles de gymnastique et de sport* » du dépôt contesté sont repris *expressis verbis* dans la liste des produits couverts en classe 28 par le droit invoqué. Ces produits sont donc identiques.

Conclusion

49. Les produits désignés respectivement en classes 25 et 28 sont identiques. Les produits en classe 12 du dépôt contesté sont identiques ou fortement similaires aux produits couverts par le droit invoqué.

A.2. Appréciation globale

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

¹ Ajoutés par l'Office à des fins de lisibilité de la présente décision.

51. 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 (arrêt Lloyd Schuhfabrik Meyer, précité). Vu que la classification utilisée en classes 25 et 28 ne fait pas clairement apparaître qu'il s'agirait de produits pour lesquels le niveau d'attention du public concerné serait plus élevé, il faut en conclure que le niveau d'attention du public pour ces produits est un niveau d'attention normal. En ce qui concerne les produits de la classe 12, l'Office considère que l'achat d'un véhicule, quel qu'il soit, est une opération très occasionnelle impliquant une lourde charge financière. Dès lors, l'Office est d'avis que le niveau d'attention du public pour ces produits est un niveau d'attention élevé.

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 (voir arrêt Canon, précité). L'Office estime que le droit invoqué, pris globalement, jouit d'un pouvoir distinctif normal pour désigner les produits visés en classes 12, 25 et 28.

53. L'appréciation globale implique une certaine interdépendance entre les facteurs pris en compte, et notamment la similitude des marques et celle des produits ou services désignés. Ainsi, un faible degré de similitude entre les produits ou services désignés peut être compensé par un degré élevé de similitude entre les marques, et inversement (arrêts Canon et Lloyd, précités).

54. En ce qui concerne les produits « *jeux, jouets* » repris en classe 28, l'Office considère que le terme « PANDA » sera perçu comme un élément descriptif par le public pertinent puisque cette catégorie de produits peut notamment contenir des « peluches représentant un panda », par exemple. Dès lors, les signes en cause, « PANDA CROSS » et « CITYPANDA », n'ayant en commun que cet élément descriptif « PANDA » ne sont pas de nature à être confondus par le public pertinent s'agissant de désigner les « *jeux, jouets* » en classe 28. L'Office considère donc qu'il ne peut être question de risque de confusion entre les signes pour ces produits.

55. En ce qui concerne les produits de la classe 12 pour lesquels un niveau d'attention élevé peut être retenu (voir point 51), l'Office considère que les éléments verbaux « CROSS » et « CITY » apparaissent comme moins distinctifs que le terme « PANDA » puisqu'ils ont vocation à indiquer au public pertinent la destination ou la nature des véhicules concernés à savoir une utilisation urbaine (city) ou non urbaine (cross). En outre, comme constaté ci-dessus (voir points 37 et 39), l'élément « PANDA » constitue l'élément dominant des signes en cause lorsqu'ils désignent les produits de la classe 12. Dès lors, vu la ressemblance des signes constatée et l'identité ou la forte similitude des produits repris en classe 12, l'Office estime que le public, même averti, pourra croire que les véhicules « CITYPANDA » sont des variantes urbaines des véhicules « PANDA CROSS ». Il existe donc bien un risque de confusion entre les signes pour ces produits.

56. En ce qui concerne les autres produits en classe 25 et 28, les signes présentent un certain degré de ressemblance sur les plans visuel, phonétique et conceptuel. Les produits visés par les signes en cause sont, eux, parfaitement identiques. Dès lors, au vu du principe d'interdépendance

précité, l'Office estime que le public pourra croire que ces autres produits identiques couverts par les signes en cause proviennent de la même entreprise ou d'entreprises liées économiquement.

B. Autres facteurs

57. L'argument du défendeur, selon lequel les véhicules commercialisés par chacune des parties ne s'adresseraient pas à un même public (voir points 18 et 19) ne peut être pris en considération. En effet, l'Office se base sur les données reprises au registre lesquelles ne précisent pas, en l'espèce, la nature ou la destination des véhicules. A ce propos, il convient de souligner que l'utilisation envisagée ou effective d'une marque dont l'enregistrement est demandé, dans un secteur ou sur un marché déterminé, ne saurait être prise en compte dès lors que l'enregistrement considéré ne comporte une limitation en ce sens, fût-elle possible (en ce sens : TUE, arrêt M+M EUROdata, T-317/01, 30 juin 2004 et arrêt ARTHUR ET FELICIE, T-346/04, 24 novembre 2005). En outre, les modalités particulières de commercialisation des produits et services en cause peuvent varier dans le temps et suivant la volonté des titulaires des marques en conflit, elles ne sont donc pas appropriées aux fins de l'analyse prospective du risque de confusion entre lesdites marques (en ce sens : CJUE, arrêt Quantum, C-171/06, 15 mars 2007).

C. Conclusion

58. Sur base de ce qui précède, l'Office conclut qu'il existe un risque de confusion entre le droit invoqué et le dépôt contesté désignant des produits identiques ou fortement similaires en classes 12, 25 et 28. Il n'existe toutefois pas de risque de confusion pour les « *jeux ; jouets* » visés par les signes en classe 28.

IV. CONSÉQUENCE

59. L'opposition numéro 2005490 est partiellement justifiée.

60. Le dépôt international portant le numéro 1036027 n'est pas enregistré au Benelux pour les produits suivants :

- Classe 12 : *(tous les produits)*
- Classe 25 : *(tous les produits)*
- Classe 28 : « *articles de gymnastique et de sport* »

61. Le dépôt international portant le numéro 1036027 est enregistré au Benelux pour les produits suivants :

- Classe 28 : « *Jeux ; jouets* »

62. Vu que l'opposition est partiellement justifiée, aucune des parties n'est redevable des dépens en vertu de l'article 2.16, alinéa 5 CBPI selon la règle 1.32 RE. La présente décision forme titre exécutoire en vertu de l'article 2.16, alinéa 5, CBPI.

La Haye, le 23 novembre 2011

Lionel Duez

Diter Wuytens

Saskia Smits

(rapporteur)

Agent chargé du suivi administratif : Raphaëlle Gérard