

**OFFICE BENELUX DE LA PROPRIETE INTELLECTUELLE**

**DECISION en matière d'OPPOSITION**

**du 26 mai 2015**

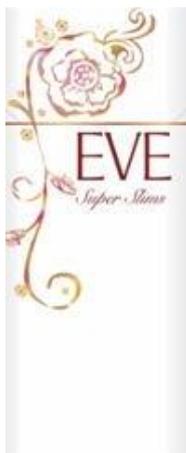
**N° 2007887**

**Opposant :** **PHILIP MORRIS PRODUCTS S.A.**

Quai Jeanrenaud 3  
2000 Neuchâtel  
Suisse

**Mandataire :** **GEVERS**

Holidaystraat 5  
1831 Diegem  
Belgique



**Droit invoqué 1 :**

(enregistrement communautaire 5624853)

**Droit invoqué 2 :**

EVE

(enregistrement communautaire 64113)

*contre*

**Défendeur :**

**AKTIONERNO DROUJESTVO BULGARTABAC HOLDING**

Str. Graf Ignatiev 62  
1000 Sofia  
Bulgarie

**Mandataire :**

**WIPLAW SPRL**

Avenue Louise 475  
1050 Bruxelles  
Belgique



**Marque contestée :**

(dépôt international 1117519)

## I. FAITS ET PROCEDURE

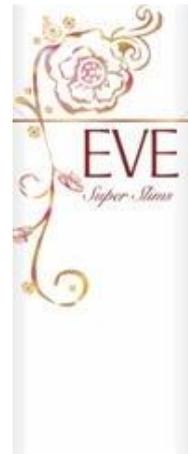
### A. Faits

1. Le 22 décembre 2011, le défendeur a introduit, pour distinguer des produits en classe 34, un



dépôt international de la marque semi-figurative , désignant entre autres le Benelux. Ce dépôt international a été mis à l'examen sous le numéro 1117519 et a été publié le 28 juin 2012 dans la *Gazette OMPI des marques internationales 2012/23*.

2. Le 31 août 2012, l'opposant a introduit une opposition contre l'enregistrement au Benelux dudit dépôt. L'opposition est basée sur les marques antérieures suivantes :



- Enregistrement communautaire 5624853 de la marque semi-figurative déposée le 18 janvier 2007 et enregistrée le 29 janvier 2008 pour des produits en classe 34 ;
- Enregistrement communautaire 64113 de la marque verbale EVE, déposée le 1<sup>er</sup> avril 1996 et enregistrée le 26 octobre 2000 pour des produits en classe 34.

3. Il ressort du registre que l'opposant est effectivement le titulaire des droits invoqués.

4. L'opposition est introduite contre tous les produits du signe contesté et basée sur tous les produits des droits invoqués.

5. Les motifs de l'opposition sont ceux consignés à l'article 2.18 alinéa 1<sup>er</sup>, à lire en lien avec l'article 2.14, alinéa 1<sup>er</sup>, 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 4 septembre 2012, l'Office Benelux de la Propriété intellectuelle (ci-après : « l'Office ») a adressé à l'opposant et à l'OMPI la notification relative à la recevabilité de l'opposition, en priant le défendeur de réagir avant le 4 octobre 2012 aux propositions de l'opposant concernant le régime linguistique. Étant donné que le défendeur n'a pas répondu dans ce délai, l'Office a informé les parties que la langue de la procédure était le français, conformément à la règle 1.20, alinéa 1<sup>er</sup>, sous a du règlement d'exécution (ci-après : « RE »).

8. La phase contradictoire de la procédure a débuté le 5 novembre 2012. Le 12 novembre 2012, l'Office a adressé aux parties un avis relatif au début de la procédure, un délai jusqu'au 12 janvier 2013 inclus étant imparti à l'opposant pour introduire ses arguments et pièces éventuelles à l'appui de ceux-ci.

9. En date du 13 décembre 2012, le défendeur a constitué la société WIPLAW SPRL comme mandataire dans la présente procédure d'opposition. Le 20 décembre 2012, l'Office a confirmé cette constitution aux parties.

10. Le 8 janvier 2013, l'opposant a introduit ses arguments. Ceux-ci ont été envoyés au défendeur le 14 janvier 2013, un délai jusqu'au 14 mars 2013 inclus étant imparti à ce dernier pour y réagir.

11. Le 14 mars 2013, le défendeur a réagi aux arguments de l'opposant et a également requis de l'opposant que celui-ci fournisse des preuves d'usage du deuxième droit invoqué. Le 15 mars 2013, l'Office a transmis cette réaction et cette requête à l'opposant, un délai jusqu'au 15 mai 2013 lui étant imparti pour déposer les preuves d'usage requises.

12. Le 15 mai 2013, l'opposant a communiqué à l'Office des preuves d'usage du droit invoqué et a répondu aux arguments du défendeur. Le 22 mai 2013, l'Office a envoyé ces preuves d'usage au défendeur, un délai jusqu'au 22 juillet 2013 lui étant imparti pour formuler ses observations.

13. Le 19 juillet 2013, le défendeur a répondu aux arguments supplémentaires de l'opposant. L'Office a transmis cette réponse à l'opposant le 23 juillet 2013.

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

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

**II. MOYENS DES PARTIES**

16. L'opposant a introduit, en application de l'article 2.18, à lire en rapport avec l'article 2.14, alinéa 1<sup>er</sup>, 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 la ressemblance ou de l'identité des signes concernés et de l'identité ou de la similitude des produits ou services en question.

**A. Arguments de l'opposant**

17. L'opposant fait observer que la partie dominante du droit invoqué, EVE, est identique à la partie dominante du signe contesté, EVA. En effet, la première partie d'un signe est normalement celle qui attire immédiatement l'attention du consommateur et qui par conséquent sera retenue plus clairement que le reste du signe. Selon l'opposant, la plupart des consommateurs retiendront moins les mots situés à la fin d'une marque et les mots qui pourraient être considérés comme descriptifs, dans le cas présent le mot SLIMS. Ces éléments doivent donc être négligés, selon l'opposant.

18. L'opposant fait remarquer que les signes possèdent un graphisme similaire, les mêmes couleurs (rose, mauve, jaune, vert) sur fond blanc et des motifs identiques, à savoir des fleurs.

19. D'un point de vue phonétique, il est selon l'opposant indéniable que la syllabe EV et le mot SLIMS sont purement identiques. Le A à la fin de EVA sera presque négligeable et inaudible pour les consommateurs.

20. Conceptuellement, il est également incontestable que les deux marques ont une signification identique, les deux noms étant les versions néerlandaise, française et anglaise du même nom propre. De plus, le mot SUPER dans le droit invoqué est laudatif et renforcera encore l'idée que les marques proviennent de la même entreprise.

21. L'opposant constate que tous les produits du signe contesté sont contenus à l'identique dans les produits du droit invoqué ou sont similaires à ceux-ci. De plus, tous ces produits ont le même but, la même origine et les mêmes canaux de distribution.

22. Sur demande du défendeur, l'opposant a introduit des preuves d'usage du deuxième droit invoqué et en même temps il a répondu aux arguments exposés par le défendeur.

23. L'opposant conclut qu'il existe un inévitable risque de confusion dans l'esprit du public. Pour cette raison, il demande à l'Office de refuser le signe contesté au Benelux et de condamner le défendeur au dépens.

**B. Réaction du défendeur**

24. En ce qui concerne les produits en cause, le défendeur constate qu'il s'agit de produits de l'industrie du tabac, dont certains sont identiques et d'autres similaires. Or, le consommateur de tabac est généralement plus attentif et mieux informé lorsqu'il achète du tabac que lorsqu'il achète d'autres produits de consommation courante, en raison de sa fidélité à la marque et de l'addiction créée par le tabac. Le défendeur en conclut que le risque de confusion est réfutable.

25. En ce qui concerne les signes à comparer, le défendeur fait remarquer que le signe contesté est le résultat d'un assemblage graphique complexe composé d'éléments picturaux, chromatiques et calligraphiques lui conférant une originalité, une singularité qui exclut tout risque de confusion avec les droits invoqués. Il n'est donc pas possible d'extraire arbitrairement un élément de l'ensemble complexe constituant le signe en litige pour limiter l'examen à cet unique élément.

26. Quand bien même la comparaison ne devrait se focaliser que sur les éléments EVE et e♥a, ce dernier ne peut être réduit purement et simplement au terme EVA. En effet, l'élément graphique ♥ demandant une démarche intellectuelle de la part du consommateur, ce processus mental n'aboutira pas nécessairement à la traduction de ce symbole par la lettre V, comme le laisse entendre l'opposant.

27. Au contraire, le consommateur pourra comprendre ce symbole comme la représentation du verbe « aimer » ou l'équivalent de ce mot dans une autre langue. Dès lors, cet élément peut être interprété comme « e aime a » (qui phonétiquement se rapprocherait de « Emma »), « e houdt van a » ou « e loves a ». Une autre possibilité est que le consommateur passe le symbole ♥ sous silence, le prenant pour un élément de pur graphisme.

28. Dans l'hypothèse où le symbole ♥ se traduirait par un V formant le vocable EVA, ce dernier diverge du terme EVE tant sur le plan des sonorités que du rythme dans quelle langue que ce soit : [é-va] ou [i-va] vs [èv] ou [iv].

29. Conceptuellement, on ne peut pas conclure que les marques en cause sont identiques parce que les éléments EVE et e♥a correspondraient aux prénoms féminins Eve et Eva, ces deux prénoms étant différents et ne constituant pas de concepts en tant que tels.

30. Le défendeur ajoute que plus un signe est court, plus le public sera à même de percevoir les différences entre les éléments le composant. Dès lors, une seule lettre de différence ou toute autre différence est suffisante pour distinguer deux signes courts présentant des lettres en commun.

31. Le défendeur relève qu'il est titulaire au Benelux depuis 2007 de la même marque que le signe contesté mais dans une version noir et blanc, laquelle coexiste donc avec le droit invoqué depuis près de cinq ans sans que cela n'ait engendré le moindre risque d'association ou de confusion dans l'esprit du consommateur.

32. Dans sa réaction aux arguments de l'opposant, le défendeur demande que ce dernier fournisse des preuves d'usage concernant le deuxième droit invoqué. Après avoir reçu la réponse de l'opposant et les preuves d'usage, le défendeur réagit aux arguments supplémentaires de l'opposant (voir points 12 et 22) mais non aux preuves d'usage.

33. Le défendeur conclut que les marques en présence dégagent des impressions d'ensemble absolument différentes et que tout risque de confusion est donc exclu. Pour cette raison, il demande à l'Office de rejeter l'opposition et d'octroyer la protection de la marque internationale en ce qui concerne le Benelux.

### **III. DÉCISION**

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

34. Conformément à l'article 2.14, alinéa 1<sup>er</sup>, 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 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.

35. 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 ».

36. 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 produits**

37. 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).

38. Lors de la comparaison des produits contre lesquels l'opposition est dirigée avec ceux du droit invoqué, sont pris en considération les produits tels qu'indiqués dans la demande de marque ou encore tels que formulés au registre, pour autant que leur usage ait été prouvé.

39. Les produits à comparer sont les suivants :

*En ce qui concerne le premier droit invoqué, ne pas encore soumis à l'obligation d'usage (enregistrement communautaire 5624853) :*

<b>Opposition basée sur :</b>	<b>Opposition dirigée contre :</b>
Classe 34 Tabac, brut ou traité; produits du tabac, y compris cigares, cigarettes, cigarillos, tabac à rouler, tabac pour pipes, tabac à chiquer, tabac à priser, kreteks; succédanés du tabac (non à usage médical); articles pour fumeurs, y compris papier et étuis à cigarettes,	Classe 34 Tabac manufacturé ou transformé; produits du tabac, cigarettes, filtres pour cigarettes; cigares et cigarillos; papier à cigarettes; articles pour fumeurs; allumettes, briquets et cendriers pour fumeurs en métaux non précieux.

filtres à cigarettes, tabatières, étuis à cigarettes et cendriers; pipes, instruments de poche pour rouler des cigarettes, briquets; allumettes.	
--	--

40. Les produits *produits du tabac, cigarettes, filtres pour cigarettes, cigares, cigarillos, papier à cigarettes, articles pour fumeurs, allumettes, briquets et cendriers* figurent dans les deux listes de produits et sont donc identiques. Le fait que les *cendriers pour fumeurs* du signe contesté sont spécifiés comme étant *en métaux non précieux* n'est pas pertinent, puisque ces produits sont compris dans la catégorie plus large de *cendriers* du droit invoqué.

41. Les produits *tabac manufacturé ou transformé* du signe contesté sont synonymes aux produits *tabac traité et produits du tabac* du droit invoqué et sont dès lors identiques.

*Conclusion*

42. Tous les produits du signe contesté sont identiques à ceux du droit invoqué.

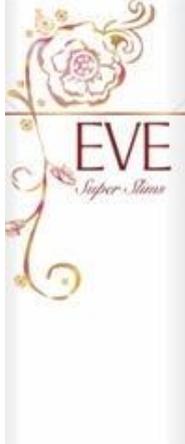
**Comparaison des signes**

43. 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).

44. 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 (arrêts Sabel et Lloyd, déjà cités).

45. 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).

46. Les signes à comparer sont les suivants :

Opposition basée sur :	Opposition dirigée contre :
	

*Comparaison conceptuelle*

47. Les deux signes sont des marques semi-figuratives, comprenant toutes les deux la représentation plus ou moins stylisée d'une fleur. L'observateur attentif remarquera, certes, qu'il s'agit de différentes sortes de fleurs. Il ne faut cependant pas perdre de vue que le consommateur moyen n'a que rarement la possibilité de procéder à une comparaison directe des différentes marques. Généralement, il doit se fier à l'image non parfaite qu'il en a gardée en mémoire (arrêt Lloyd, déjà cité). Dans ces circonstances, le consommateur moyen est susceptible de garder en mémoire l'image imparfaite d'une fleur (stylisée).

48. À droite de la fleur de la marque antérieure figurent les éléments verbaux EVE en lettres capitales, et au-dessous de ce mot les mots « Super Slims » en lettres italiques. Eve est un prénom féminin et « Slims » est une indication usuelle pour des cigarettes fines (voir entre autres : <https://www.google.fr/search?q=slims&biw=1920&bih=955&tbm=isch&tbo=u&source=univ&sa=X&ei=xdNAVYj6MoLiaPyLgOAG&ved=0CD0QsAQ>). « Super » est un terme louangeur indiquant qu'un produit est d'une qualité supérieure, ou encore un préfixe de renforcement, marquant le plus haut degré (voir Le Petit Robert) ; dans le cas présent donc « très mince ».

49. Le public ne considérera généralement pas des éléments descriptifs comme des éléments distinctifs et dominants d'un signe (voir arrêts TUE, Budmen, T-129/01, 3 juillet 2003 ; NLSPORT, NLJEANS, NLACTIVE et NLCollection, T-117/03 à T-119/03 et T-171/03, 6 octobre 2004 ; Biker Miles, T-385/03, 7 juillet 2005). Dans le cas présent, ceci s'applique aux éléments « Super » et « Slims », indications respectivement louangeuse et descriptive pour des cigarettes (très) fines, tant dans le droit invoqué que dans le signe contesté. Conceptuellement, c'est donc surtout l'élément verbal EVE dans le droit invoqué qui attirera l'attention, ainsi que la fleur stylisée.

50. Dans le signe contesté, le défendeur suggère que le consommateur interprétera la combinaison des lettres e et a et l'image du cœur comme « e aime a » (ou l'équivalent néerlandais ou anglais ; voir point 27). Or, dans ses arguments, il utilise le symbole typographique ♥, représentant sans ambiguïté un cœur. En revanche, dans le signe contesté, le cœur, de même taille que les lettres e et a,

n'est représenté que par son contour et peut donc facilement être perçu comme un v. En effet, le consommateur, percevant les lettres e et a et connaissant le nom propre féminin Eva, interprétera le symbole comme une lettre v stylisée sous forme de cœur.

51. Cela ne veut cependant pas dire que les signes ont une signification fixe ; le fait qu'une marque soit (en partie) un nom propre ne lui confère pas pour autant de signification fixe, sauf s'il s'agit d'un nom très connu (CJUE, Picasso, C-361/04, 12 janvier). Or, dans le cas présent, il s'agit aussi d'un nom biblique, à savoir celui de la première femme, considérée (aussi symboliquement) comme l'aïeule de l'humanité. Le droit invoqué est le nom de ce personnage en français et en anglais, le signe contesté en néerlandais, mais leur signification est identique.

52. Les signes se ressemblent conceptuellement, vu la présence de la même image stylisée et du même personnage biblique très connu.

#### *Comparaison visuelle*

53. Les éléments figuratifs des signes consistent pour une grande partie en la représentation d'une fleur stylisée sur une surface colorée et de mots en lettres italiques. En ce qui concerne les fleurs, comme il a déjà été mentionné, il s'agit de sortes différentes dans les deux signes (une rose et un iris). Mais, une fois de plus, le public n'analyse pas toujours les signes et certainement pas d'un point de vue botanique. Ce qu'il gardera en mémoire est l'image imparfaite d'une fleur stylisée, qu'en soit l'espèce.

54. 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. Concernant les éléments verbaux, il faut remarquer que le texte « Super Slims » dans le droit invoqué est représenté en très petits caractères, à peine lisibles, de sorte que c'est surtout l'élément EVE qui attire le regard. Le mot « Slims » dans le signe contesté est au contraire représenté de manière frappante, cette fois à gauche de la fleur stylisée et en-dessus de l'autre élément verbal. Il est également représenté en lettres italiques, la lettre d'attaque étant enjolivée de boucles. Au-dessous de ce mot se trouvent les lettres e et a, séparées par l'image stylisée d'un cœur. Mais étant donné que le consommateur pertinent sait que ce mot est une indication descriptive pour les produits en cause, il négligera cet élément et prêterá plus d'importance à l'autre élément verbal. En effet, le public ne considérera généralement pas des éléments descriptifs comme des éléments distinctifs et dominants d'un signe (voir arrêts TUE, Budmen, T-129/01, 3 juillet 2003 ; NLSPORT, NLJEANS, NLACTIVE et NLCollection, T-117/03 à T-119/03 et T-171/03, 6 octobre 2004 ; Biker Miles, T-385/03, 7 juillet 2005).

55. Cet autre élément verbal contient, lui aussi, un élément figuratif, mais comme déjà mentionné, le public sera incliné à lire cet élément comme « eva », de sorte qu'il existe un certain degré de ressemblance avec l'élément EVE du droit invoqué.

56. Sur le plan visuel, les signes se ressemblent dans un degré restreint.

#### *Comparaison phonétique*

57. 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 (voir TUE, PC WORKS, T-352/02, 25 mai 2005 et Thai Silk, T-361/08, 21 avril 2010).

58. En effet, dans le cas présent, la représentation de fleurs stylisées n'est pas susceptible d'être prononcée et, contrairement à ce que le défendeur suggère (voir point 27), il paraît improbable à l'Office que la partie du signe contesté contenant le cœur sera prononcée comme [emma].

59. L'Office est d'avis que les mots « Super Slims » dans le droit invoqué seront considérés comme un sous-titre et ne seront dès lors pas prononcés quand on réfère oralement à cette marque (voir en ce sens TUE, Green by Missako, T-162/08, 11 novembre 2009). Une marque qui comprend plusieurs termes sera, en effet, généralement abrégée oralement en quelque chose de plus facile à prononcer (TUE, Brothers by Camper, T-43/05, 30 novembre 2006). En outre, ces mots étant élogieux et descriptifs, le consommateur n'est pas sûr qu'il obtiendra sa marque préférée de cigarettes minces en utilisant ces indications. Dans la mesure où une partie du public prononcera quand même l'élément « Slims » du signe contesté, il convient de relever qu'un risque de confusion auprès d'une partie du public peut être suffisant (voir, en ce sens, TUE, Hai/Shark, T-33/03, 9 mars 2005).

60. Comme déjà mentionné, le public percevra la partie du signe contesté contenant le cœur comme « eva ». Si on compare la prononciation de ce nom en néerlandais avec celle du droit invoqué en français, il existe certes de différences : [eeva] vs [ɛv]. Mais on ne peut pas exclure qu'au moins une partie du public concerné ne prononce les deux noms comme en anglais [i :v], ce qui aboutit à une certaine ressemblance phonétique. Dans ce contexte, il convient de rappeler qu'il n'est pas exigé que le risque de confusion existe dans l'ensemble du territoire du Benelux et dans toutes les zones linguistiques de celui-ci (CJUE, Zipcar, C-394/08, 3 juin 2009).

61. Phonétiquement, les signes se ressemblent dans un faible degré.

#### *Conclusion*

62. Les signes se ressemblent conceptuellement. Des points de vue visuel et phonétique, ils se ressemblent dans un faible degré.

#### **A.2. Appréciation globale**

63. 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.

64. 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). Dans le cas présent, il faut remarquer que le consommateur de tabac est généralement plus attentif et mieux informé lorsqu'il achète du tabac ou des produits à base de tabac que lorsqu'il achète d'autres produits de

consommation courante, en raison de sa fidélité à la marque et de l'addiction créée par le tabac, tandis que son degré d'attention est plus faible lorsqu'il achète des allumettes, des briquets ou des cendriers pour fumeurs (voir TUE, Turkish Power, T-34/04, 22 juin 2005 et Kiowa, T-207/08, 18 mai 2011).

65. 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 ressemblance entre les marques, et inversement (arrêts Canon et Lloyd, précités). Dans le cas présent, tous les produits du signe contesté sont identiques à ceux du droit invoqué.

66. 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). Étant donné que le droit invoqué n'a aucune signification précise en rapport avec les produits concernés, l'Office considère qu'il dispose d'un pouvoir distinctif normal.

67. Les signes se ressemblent conceptuellement. Sur les plans visuel et phonétique, ils se ressemblent faiblement. Tous les produits contre lesquels l'opposition est dirigée sont identiques à ceux de la marque antérieure. Sur cette base, et vu l'interdépendance entre tous les facteurs à prendre en considération, notamment l'identité des produits en question, l'Office considère que le public, malgré un niveau d'attention plus élevé pour une partie des produits concernés, peut croire que ces produits proviennent de la même entreprise ou d'entreprises liées économiquement.

## **B. Autres facteurs**

68. L'Office fait observer que ni les arguments supplémentaires de l'opposant ajoutés lors de l'introduction des preuves d'usage, ni la réponse du défendeur à ces arguments ne sont pris en considération (voir points 22 et 32). En effet, la règle 1.17 du règlement d'exécution (ci-après : "RE") précise strictement quand les parties peuvent introduire les arguments et une réponse à ces derniers.

69. L'existence d'une autre marque antérieure du défendeur (voir point 31) n'est pas un argument pertinent pour l'appréciation de la présente opposition. En effet, seules peuvent être prises en considération la marque antérieure et la marque demandée (voir, en ce sens, arrêts du Tribunal du 23 octobre 2002, Matratzen, précité ; du 1er mars 2005, Enzo Fusco, T-185/03 ; du 21 avril 2005, Ruffles, T-269/02, et du 13 avril 2010, YoKaNa, T-103/06).

## **C. Conclusion**

70. Sur base de ce qui précède, l'Office conclut qu'il existe un risque de confusion entre les signes en cause.

71. Étant donné que le risque de confusion a déjà été établi concernant le premier droit invoqué, il n'y a plus lieu de l'examiner par rapport à l'autre, ni d'apprécier les preuves d'usage concernant ce dernier.

**IV. CONSÉQUENCE**

72. L'opposition numéro 2007887 est justifiée.

73. Le dépôt international 1117519 n'est pas enregistré au Benelux.

74. L'opposition étant justifiée, le défendeur est redevable d'un montant de 1.000 euros au bénéfice de l'opposant en vertu de l'article 2.16, alinéa 5 CBPI et la règle 1.32, alinéa 3 du RE. Cette décision forme titre exécutoire en vertu de l'article 2.16, alinéa 5 CBPI.

La Haye, le 26 mai 2015

Willy Neys  
(rapporteur)

Camille Janssen

Diter Wuytens

Agent chargé du suivi administratif : François Veneri