



OFFICE BENELUX DE LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE

DECISION en matière d'OPPOSITION

N° 2009050

du 2 juillet 2015

Opposant : **NOVADELTA - COMÉRCIO E INDÚSTRIA DE CAFÉS, S.A.**

Av. Infante D. Henrique, 151-A

1950-406 Lisboa

Portugal

Mandataire : **GEVERS**

Holidaystraat 5

1831 Diegem

Belgique

Marque invoquée 1 : **Enregistrement communautaire 1910835**

DELTEA

Marque invoquée 2 : **Enregistrement communautaire 10026904**

DELTEA

Marque invoquée 3 : **Enregistrement international 1129504**

DELTA

contre

Défendeur : **Beer Project S.A.**

Avenue des Lucioles 13

1170 Bruxelles

Belgique

Mandataire : **ALTIUS CVBA**

Tour & Taxis Building, Havenlaan 86 C, B.414

1000 Bruxelles

Belgique

Marque contestée : **Dépôt Benelux 1271220**

DELTA

I. FAITS ET PROCEDURE

A. Faits

1. Le 9 juillet 2013, le défendeur a introduit, pour distinguer des produits en classe 32, le dépôt Benelux de la marque verbale DELTA. Ce dépôt a été mis à l'examen sous le numéro 1271220 et a été publié le 15 juillet 2013.

2. Le 18 septembre 2013, l'opposant a introduit une opposition contre l'enregistrement de ce dépôt. L'opposition est basée sur les marques antérieures suivantes :

- enregistrement communautaire 1910835, déposé le 29 septembre 2000 et enregistré le 13 février 2002 pour des produits en classes 30 et 32 de la marque verbale DELTEA ;
- enregistrement communautaire 10026904, déposé le 7 juin 2011 et enregistré le 29 avril 2012 pour des produits en classes 30 et 32 de la marque verbale DELTEA ;
- enregistrement international 1129504, avec désignation de l'Union Européenne, déposé le 4 juin 2012 et enregistré le 29 août 2013 pour des produits en classes 11 et 30 de la marque verbale DELTA.

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

4. L'opposition est introduite contre tous les produits du signe contesté et est basée sur tous les produits des droits communautaires invoqués et sur les produits en classe 30 du droit international invoqué.

5. Les motifs de l'opposition sont ceux consignés 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 30 septembre 2013, l'Office Benelux de la Propriété intellectuelle (ci-après « l'Office ») a adressé aux parties, la notification relative à la recevabilité de l'opposition.

8. La phase contradictoire de la procédure a commencé le 1 décembre 2013. Le 23 décembre 2013, l'Office a adressé aux parties un avis relatif au début de la procédure, un délai jusqu'au 23 février 2014 inclus étant imparti à l'opposant pour introduire ses arguments et pièces.

9. Le 21 février 2014, l'opposant a introduit des arguments et pièces étayant l'opposition. Ceux-ci ont été envoyés au défendeur le 4 mars 2014, un délai jusqu'au 4 mai 2014 inclus étant imparti à ce dernier pour y répondre.

10. Le défendeur y a réagi le 28 avril 2014 en demandant l'introduction de preuves d'usage par l'opposant. Par courrier du 30 avril 2014, l'Office a informé l'opposant de cette requête. Un délai jusqu'au 30 juin 2014 inclus a été octroyé à l'opposant pour introduire ces preuves d'usage.

11. Le 30 juin 2014 l'opposant a introduit des preuves d'usage. Celles-ci ont été envoyées au défendeur le 21 juillet 2014, un délai jusqu'au 21 septembre 2014 inclus étant imparti à ce dernier pour y répondre.

12. Le 5 septembre 2014 Altius CVBA s'est constitué comme mandataire pour le défendeur. L'opposant en a été informé le 25 septembre 2014.

13. Le 22 septembre 2014, le défendeur a réagi aux arguments de l'opposant. Comme le dernier jour du délai imparti au défendeur était un dimanche, ce délai a été prolongé jusqu'à la fin du premier jour d'ouverture du Bureau en application de l'article 3.9, alinéa 3 du règlement d'exécution du CBPI (ci-après « RE »), en l'espèce le lundi 22 septembre 2014. Cette réaction a été transmise par l'Office à l'opposant en date du 26 septembre 2014.

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 2.14, 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 et services en question.

A. Arguments de l'opposant

17. En ce qui concerne la comparaison des produits, l'opposant considère que les produits de la demande contestée sont similaires, même très similaires, par rapport aux produits protégés par les marques antérieures de l'opposant. Les produits *bières* de la demande contestée sont en effet similaires aux produits visés par les marques antérieures, ceux-ci étant tous des *boissons non alcooliques*. Il s'agit de produits concurrents et/ou complémentaires, appartenant au même secteur. Ils ont les mêmes nature, destination et utilisation et les mêmes canaux de distribution et ils peuvent provenir de la même origine, selon l'opposant. À l'appui de son raisonnement, l'opposant fait référence à plusieurs reprises à des décisions d'opposition de l'OHMI.

18. Quant à la comparaison des signes sur le plan visuel, l'opposant établit que les marques en présence sont d'une composition et d'une structure, soit identiques en ce qui concerne la marque antérieure DELTA, soit similaires en ce qui concerne les marques antérieures DELTEA.

19. Phonétiquement, le signe contesté et la marque antérieure se prononcent de façon identique, en deux syllabes : notamment DEL-TA. Par contre les marques antérieures DELTEA peuvent, soit être

prononcées en deux syllabes : DEL-TEA, soit en trois : DEL-TE-A, selon l'opposant. Il en conclut que les marques concernées se prononcent essentiellement de manière quasi-identique, la différence au niveau de l'avant-dernière lettre ne présentant aucune pertinence.

20. Sur le plan conceptuel, l'opposant estime que le terme DELTA fait référence à la quatrième lettre de l'alphabet grec, de sorte qu'il existe une certaine similitude conceptuelle entre le signe contesté et la marque antérieure internationale DELTA. En ce qui concerne le nom DELTEA, celui-ci est assez proche du signe DELTA mais il s'agit d'un terme inventé qui ne comporte aucune signification particulière. Il est donc impossible d'établir une quelconque comparaison conceptuelle entre les marques antérieures DELTEA et le signe contesté, selon l'opposant.

21. Dans le cas d'espèce, le consommateur Benelux pourra très facilement croire que des bières, sur lesquelles est apposé le signe contesté DELTA, appartiennent à une nouvelle gamme de produits de l'opposant. Il y a donc un risque de confusion dans le Benelux. L'opposant demande donc à l'Office de déclarer l'opposition fondée, de rejeter la demande de marque contestée et de condamner le déposant au paiement des frais.

22. Finalement, suite à la demande du défendeur, l'opposant a aussi introduit des preuves d'usage.

B. Réaction du défendeur

23. Premièrement, le défendeur établit que le public pertinent des marques antérieures et celui du signe contesté ne se recoupent pas totalement : les bières ne sont pas bues par une partie des consommateurs ne pouvant ou ne voulant pas boire d'alcool. En ce qui concerne les bières spéciales et complexes, le public du signe contesté est constitué de consommateurs faisant preuve d'un certain degré d'attention, selon le défendeur.

24. Quant à l'appréciation du risque de confusion, le défendeur considère que les marques en conflit portent sur des produits différents, excluant, par là, tout risque de confusion. Quant à la comparaison des produits, le défendeur fait remarquer que l'appartenance des produits en conflit à la catégorie des boissons ne signifie pas qu'ils sont nécessairement similaires. Il ajoute que les boissons alcooliques et non alcooliques sont des produits différents. Le défendeur explique, à l'aide de plusieurs exemples de jurisprudence de l'OHMI, de l'INPI et de l'Office britannique des marques UKIPO, que les produits en cause ne sont pas similaires vu les différences au niveau de leurs nature, destination, utilisation, origine, canaux de distribution et publics visés respectifs. De plus, les produits ne peuvent pas non plus être considérés comme complémentaires.

25. En ce qui concerne la comparaison des signes sur les plans visuel et phonétique, le défendeur fait observer que la marque attaquée est identique à l'enregistrement international numéro 1129504. Par contre, les marques communautaires ne comportent que certaines similitudes visuelles et phonétiques faibles avec le signe contesté. Quoiqu'il en soit, même en présence de ces similitudes visuelles et phonétiques, celles-ci sont totalement neutralisées par les différences conceptuelles, selon le défendeur. DELTA fait référence à la quatrième lettre de l'alphabet grec. Ce mot a donc une signification claire et précise. Le défendeur explique que le nom DELTA est intimement lié à l'histoire de

la bière du même nom, celle-ci étant présentée au public comme la quatrième bière de la sélection lors de son lancement. Il ajoute que les marques communautaires DELTEA de l'opposant seront comprises comme faisant référence aux thés, en raison des produits qu'elles couvrent et du mot « TEA » repris dans ces marques. Le défendeur est donc d'avis que les marques communautaires invoquées et le signe contesté doivent être considérés comme différents.

26. Le défendeur conclut à l'absence de tout risque de confusion. Les marques antérieures ne couvrent que des boissons non alcooliques, tandis que le signe contesté a été déposé pour des bières. Même en supposant que les marques en question sont faiblement similaires, les différences entre elles empêcheront toute confusion dans l'esprit du public pertinent.

27. Par conséquent, le défendeur demande à l'Office de déclarer la procédure d'opposition non fondée, de procéder à l'enregistrement du signe contesté et de condamner l'opposant au paiement des frais.

III. DECISION

A.1. Risque de confusion

28. Conformément à l'article 2.14, alinéa 1^{er}, CBPI, l'opposant, en tant que titulaire d'une marque antérieure, peut introduire une opposition auprès de l'Office contre une marque qui prend rang après la sienne, conformément aux dispositions de l'article 2.3, sous a et b, CBPI.

29. L'article 2.3, sous a et b, CBPI, stipule : « *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* ».

30. Selon la jurisprudence constante de la 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 ; voyez 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

31. 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, Sabel, C-251/95, 11 novembre 1997).

32. L'appréciation globale du risque de confusion doit, en ce qui concerne la similitude visuelle, auditive ou conceptuelle des marques 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.

33. Le signe contesté sera d'abord comparé avec le droit invoqué DELTEA (10026904). Les signes à comparer sont les suivants :

Opposition basée sur:	Opposition dirigée contre:
DELTEA	DELTA

Comparaison conceptuelle

34. Le droit invoqué, DELTEA, est un mot inventé, n'ayant aucune signification dans les langues officielles des pays du Benelux. Pourtant, le défendeur fait observer qu'il sera compris comme étant une référence aux thés en raison du mot « TEA », anglais pour thé, repris dans ce droit. Néanmoins, l'Office estime que le public pertinent Benelux ne percevra pas une telle signification en voyant le signe du défendeur. Les lettres TEA ne sont en aucune manière mises en évidence par rapport aux lettres « DEL ». Etant donné qu'il s'agit d'une marque verbale, elle doit être considérée comme étant écrite d'une façon non stylisée (voir en ce sens TUE, Westlife, T-22/04, 4 mai 2005). Par conséquent, le mot anglais « TEA » n'est pas dissocié et le public visé percevra le signe d'abord comme un tout. De plus, le droit invoqué ne présentant pas de difficulté de prononciation en néerlandais ou en français, ni de caractère particulier incitant son lecteur à s'interroger quant à sa signification dans d'autres langues, il est très improbable que le consommateur moyen se livrera d'abord à une analyse détaillée du droit invoqué, le décomposera ensuite pour le lire comme « DEL TEA » et lui attribuera une signification en langue anglaise (voir TUE, ATOZ, T-100/06, 26 novembre 2008 et CJUE, C-559/08, ATOZ, 16 septembre 2010, le recours a été rejeté).

35. Le signe contesté, DELTA, peut faire référence à la quatrième lettre de l'alphabet grec ou à une zone qui divise un fleuve en plusieurs bras et où se déposent des alluvions.

36. Conceptuellement, les signes ne se ressemblent pas.

Comparaison visuelle

37. Les signes en conflit sont tous des marques verbales. DELTA est composé de 5 lettres, DELTEA de 6 lettres. Le signe contesté DELTA est presque identique au droit invoqué DELTEA, toutes les lettres du signe antérieur étant reproduites dans le signe contesté, à l'exception de la deuxième lettre « E ».

38. Le consommateur attache normalement plus d'importance à la partie initiale des signes (TUE, MUNDICOR, T-184/02, 17 mars 2004). La présence de la même racine DELT- dans les signes en conflit crée une forte similitude visuelle, qui est, de plus, renforcée par la présence de la même lettre à la fin, -A. Comme la différence entre les signes se trouve au milieu, l'Office considère que celle-ci sautera moins aux yeux et sera par conséquent insuffisante pour remettre en question la ressemblance visuelle entre le droit invoqué et le signe contesté. En outre, il y a lieu de considérer que le public visé 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 (CJUE, arrêt Lloyd Schuhfabrik Meyer, déjà cité).

39. Visuellement, les signes se ressemblent fortement.

Comparaison phonétique

40. Les signes en conflit commencent par les 4 mêmes lettres, DELT-. Ils se terminent également par la même lettre, le -A.

41. En ce qui concerne le droit invoqué DELTEA, l'Office est d'avis qu'il sera prononcé en néerlandais, en français et même en anglais, comme DEL-TE-A. Il ne peut cependant être exclu qu'une partie du public pertinent prononcerait la marque comme DEL-TEA [t i :]. Néanmoins, l'Office rappelle que l'existence d'un risque de confusion auprès d'une partie du public est suffisant pour justifier l'opposition (TUE, Hai/Shark, T-33/03, 9 mars 2005).

42. Phonétiquement, les signes se ressemblent fortement.

Conclusion

43. Au niveau conceptuel, les signes ne se ressemblent pas. En revanche, sur les plans visuel et phonétique, ils sont fortement ressemblants.

Comparaison des produits

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

45. Lors de la comparaison des produits du droit invoqué à ceux contre lesquels l'opposition est dirigée, sont respectivement considérés, les produits tels que formulés au registre et les produits tels qu'indiqués dans la demande de marque.

Opposition basée sur :	Opposition dirigée contre :
<p>Cl 30 Café, extraits de café, préparations et boissons à base de café ; Café artificiel et extraits de café artificiel ; Préparations et boissons faites de café artificiel ; Chicorée (succédanés du café), thé, extraits de thé et préparations et boissons à base de thé ; Préparations et boissons cacaotées et à base de cacao ; Chocolat et préparations et boissons à base de chocolat ; Tous les produits précités étant présentés et/ou distribués en capsules, pastilles et/ou autre type d'emballages, en particulier sachets ; Produits de chocolat; Pralines, sucre (en poudre, perlé et en morceaux) ; Édulcorants naturels ; Confection de confiserie, gommes à mâcher à usage non médical et caramels ; Sucrieries et friandises; Boissons non alcooliques à base de thé glacé de différents goûts.</p>	
<p>Cl 32 Eaux minérales et gazeuses et autres boissons non alcooliques ; Boissons de fruits et jus de fruits ; Sirops et autres préparations pour faire des boissons.</p>	<p>Cl 32 Bières</p>

46. Les produits « bières » en classe 32 du signe contesté sont similaires aux « *eaux minérales et gazeuses et autres boissons non alcooliques; Boissons de fruits et jus de fruits; Sirops et autres préparations pour faire des boissons* » en classe 32 de la marque invoquée. Ces produits de l'opposant sont similaires aux bières couvertes par la marque antérieure. Bien que leur processus de production soit différent, ces produits appartiennent tous à la catégorie des boissons pour consommation humaine. Ils ont la même destination, à savoir étancher la soif. Ils ont également un caractère concurrent, puisque l'un peut remplacer l'autre : le consommateur peut effectivement choisir de boire l'un ou l'autre, une bière ou bien un jus de fruits ou de l'eau minérale. Ils peuvent tous être servis dans les bars et les restaurants et sont vendus dans les supermarchés, où ils se trouvent dans les mêmes rayons, même s'il est possible d'observer une certaine distinction en fonction, par exemple, de leurs sous-catégories respectives. Parfois, les bières et les boissons non alcooliques comme des jus de fruits, limonades ou sirops peuvent être mélangés et consommés ensemble, par exemple dans des cocktails. Enfin, ces produits peuvent provenir des mêmes entreprises (décision opposition OBPI, 2008667, Hoptimus, 18 février 2015). De plus, bien que traditionnellement la bière ait toujours été une boisson alcoolisée, aujourd'hui les bières sans alcool, comme par exemple *ginger ale*, ou avec un faible degré d'alcool, souvent appelées *light beer*, sont proposées partout dans des supermarchés mais aussi dans des restaurants et cafés. Par conséquent, la distinction entre la bière comme boisson alcoolique et une boisson non-alcoolique est devenu floue.

Conclusion

47. Les produits en cause sont similaires.

A.2. Appréciation globale

48. 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.

49. 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 Schuhfabrik Meyer, déjà cités).

50. 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 voir, en ce sens, arrêt Lloyd Schuhfabrik Meyer, précité).

51. Il convient 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 (arrêt Lloyd, déjà cité). Les produits concernés sont des biens de consommation courante, qui sont principalement achetés sans un haut niveau d'attention de la part des consommateurs. Il faut en conclure que, dans le cas précis, un niveau d'attention moyen doit être retenu. L'argument du défendeur, selon lequel le public de la marque attaquée est constitué de consommateurs faisant preuve d'un certain degré d'attention, dans le cas des bières spéciales et complexes (voir point 22), ne peut être pris en considération. En effet, l'Office rappelle que seule la description des produits et services protégés et revendiqués est pertinente. 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 (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 (CJUE, Quantum, C-171/06, 15 mars 2007, O2 Holdings Limited, C-533/06, 12 juin 2008 et TUE, Ferromix e.a., T-305/06-T-307/06, 15 octobre 2008).

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, déjà cité). Vu que la marque invoquée n'a pas de signification en relation avec les produits revendiqués, elle dispose d'un caractère distinctif normal.

53. Visuellement et phonétiquement, la marque et le signe se ressemblent fortement. Une comparaison conceptuelle n'est pas possible. Les produits concernés sont similaires. Pour ces raisons, et observant l'interdépendance entre tous les facteurs à prendre en considération, l'Office considère que le public peut croire que les services concernés proviennent de la même entreprise ou d'entreprises liées économiquement.

B. Autres facteurs

54. En ce qui concerne le renvoi des parties à la jurisprudence d'autres instances nationales ou Européennes (voir points 17 et 24), l'Office rappelle que, dans le cadre de la procédure d'opposition, il prend ses décisions exclusivement sur base de la réglementation en vigueur au Benelux. Ni sa propre pratique décisionnelle antérieure, ni celle d'autres instances nationales ou européennes ne lient l'Office (voir décision d'opposition OBPI, ZOE, 2001789, 28 juillet 2009 ; également par analogie TUE, CURON, T-353/04, 3 mai 2007).

55. La procédure d'opposition auprès de l'Office ne prévoit pas de condamnation de la partie perdante au paiement des dépens de l'autre partie. L'article 2.16, alinéa 5 CBPI et la règle 1.32, alinéa 3 RE prévoient uniquement qu'un montant équivalant à la taxe de base de l'opposition est à charge de la partie perdante.

56. Etant donné que le risque de confusion a déjà été constaté par rapport à ce premier droit invoqué, l'examen des autres droits invoqués ne doit plus être fait.

C. Conclusion

57. Sur base de ce qui précède, l'Office conclut qu'il existe un risque de confusion.

58. Comme l'opposition a déjà réussi sur base d'un des droits invoqués, il n'y a plus besoin d'examiner les autres droits invoqués et les preuves d'usage.

IV. CONSÉQUENCE

59. L'opposition portant le numéro 2009050 est justifiée.

60. Le dépôt Benelux numéro 1271220 n'est pas enregistré.

61. 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 2 juillet 2015

Tineke Van Hoey
(rapporteur)

Saskia Smits

Diter Wuytens

Agent chargé du suivi administratif: Rémy Kohlsaat