

**OFFICE BENELUX DE LA PROPRIETE INTELLECTUELLE**

**DECISION en matière d'OPPOSITION**

**N° 2009184**

**du 30 avril 2015**

- Opposant :** **WALA-Heilmittel GmbH**  
Dorfstr. 1  
73087 Boll  
Allemagne
- Mandataire :** **Algemeen Octrooi- en Merkenbureau B.V.**  
John F. Kennedylaan 2  
5612 AB Eindhoven  
Pays-Bas
- Marque invoquée :** **Enregistrement communautaire 4389011**  
  
WALA  
  
*contre*
- Défendeur :** **De Saedeleer Invest SCS**  
20 rue de l'Industrie  
1400 Nivelles  
Belgique
- Mandataire :** **Anthony Bochon**  
Avenue Edouard Bénéès 166/7  
1080 Bruxelles  
Belgique
- Marque contestée :** **Dépôt Benelux 1270472**



**WaWa**

## I. FAITS ET PROCEDURE

### A. Faits

1. Le 25 juillet 2013, le défendeur a introduit, pour distinguer des produits et services en classes 5, 36 et 45, le dépôt Benelux de la marque semi-figurative suivante :



Ce dépôt a été mis à l'examen sous le numéro 1270472 et a été publié le 23 août 2013.

2. Le 31 octobre 2013, l'opposant a introduit une opposition contre l'enregistrement de ce dépôt. L'opposition est basée sur l'enregistrement communautaire 4389011, déposé le 14 avril 2005 et enregistré le 3 mai 2006 pour des produits en classes 3, 5, 29 et 32, de la marque verbale WALA.

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

4. L'opposition fut initialement introduite contre tous les produits et services du signe contesté. Lors de l'introduction de ses arguments, l'opposant a limité l'étendue de l'opposition aux produits en classe 5 du signe contesté. L'opposition est basée sur tous les produits du droit invoqué.

5. Les motifs de l'opposition sont ceux consignés à 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 novembre 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 5 janvier 2014. Le 14 janvier 2014, l'Office a adressé aux parties un avis relatif au début de la procédure, un délai jusqu'au 14 mars 2014 inclus étant imparti à l'opposant pour introduire ses arguments et pièces.

9. Le 10 mars 2014, l'opposant a introduit des arguments et pièces étayant l'opposition. Ceux-ci, accompagnés d'une traduction, ont été envoyés au défendeur le 30 avril 2014, un délai jusqu'au 30 juin 2014 inclus étant imparti à ce dernier pour y répondre.

10. Le 30 juin 2014, le défendeur a réagi aux arguments de l'opposant. Cette réaction a été transmise par l'Office à l'opposant en date du 3 juillet 2014.

11. Egalement en date du 30 juin 2014, Maître Anthony Bochon a signifié son intervention dans la présente procédure d'opposition en défense des intérêts du défendeur. Cette intervention a été notifiée aux parties le 3 juillet 2014.

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 de 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 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**

15. Visuellement, l'opposant estime que le droit invoqué et le signe contesté présentent une ressemblance élevée vu qu'ils comportent tous les deux quatre lettres dont trois sont identiques, respectivement WA- et -A. Cette ressemblance se voit encore renforcée du fait que les deux premières lettres sont identiques. Sur le plan phonétique, l'opposant fait observer que la première syllabe du droit invoqué et du signe contesté est identique, ainsi que leur dernière lettre—A, qui sera de plus prononcée de la même façon comme une voyelle longue ou double -AA. Par conséquent, il existe une ressemblance phonétique très élevée entre WaWa et WALA. L'opposant conclut qu'une comparaison conceptuelle n'est pas possible vu que WALA et WaWa n'ont pas en soi de signification établie. Visuellement et phonétiquement, l'impression d'ensemble des signes a un degré très élevé de ressemblance. L'opposant en conclut que ces signes se ressemblent fortement. Une comparaison conceptuelle n'est pas pertinente.

16. En ce qui concerne la comparaison des produits, l'opposant fait remarquer que les produits en classe 5 du défendeur sont en partie identiques et en partie similaires ou complémentaires.

17. Vu le degré de ressemblance des signes en conflit et la similarité ou complémentarité entre les produits, l'opposant est d'avis que le public peut croire que les produits sont originaires de la même entreprise ou, le cas échéant, d'entreprises liées économiquement. Pour cette raison il demande à l'Office d'accepter l'opposition contre la classe 5 dans sa totalité.

### **B. Réaction du défendeur**

18. Le défendeur considère que le signe contesté WaWa ne présente pas de similitude visuelle avec la marque invoquée WALA. En faisant référence à l'arrêt Celia (T-35/07) rendu par le Tribunal de l'Union européenne (ci-après « TUE ») le 23 avril 2008, le défendeur soutient qu'en général la

différence dans une seule lettre distingue les deux signes en conflit et n'empêche en rien leur dissemblance. Il explique que la marque WALA comporte quatre lettres écrites en majuscules, alors que l'élément verbal de la marque WaWa est composé de deux majuscules (les lettres W) et de deux minuscules (les lettres a). Le fait que la lettre « w » s'écrive en majuscule au milieu du signe est un élément distinctif sur le plan visuel. Le défendeur soutient de plus que le risque de confusion entre un « L » majuscule et un « W » majuscule est injustifiable au regard de l'analyse graphique. Selon le défendeur, l'analyse ne doit pas se focaliser sur le nombre important de lettres communes mais bien sur le caractère distinctif de l'unique lettre dissemblable. En outre l'emblème figurant au-dessus de l'élément verbal contribue à l'identification visuelle de la marque WaWa par rapport à WALA. Le défendeur en conclut que sur le plan visuel il n'existe aucune similitude visuelle.

19. Le défendeur fait remarquer que WALA et WaWa sont chacun des signes bisyllabiques. Toutefois leur prononciation est fort différente. La sonorité de la seconde syllabe de WaWa est identique à celle de la première syllabe, avec la troisième lettre du signe, le W, qui est appuyée alors que la troisième lettre du signe WALA, le L, est aspirée ou étouffée. Phonétiquement, il n'y a donc pas de similitude entre les deux signes en conflit, d'après le défendeur.

20. Le défendeur soutient encore qu'en français la prononciation de WaWa évoquera, chez le consommateur moyen, l'aboiement d'un chien, ce qui est pertinent vu que la marque a été déposée pour des produits vétérinaires. WALA, un acronyme, n'évoque pas du tout la même association sémantique que WaWa. Il n'existe donc pas de similitude conceptuelle selon le défendeur.

21. En ce qui concerne la comparaison des produits, le défendeur fait observer que la classe 5, sur laquelle l'opposant base son opposition, vise des produits homéopathiques. Ceci n'est pas le cas pour les produits visés par la classe 5 du dépôt attaqué. Il en est de même pour la classe 29 qui est sans pertinence. La classe 3 vise des additifs cosmétiques et la classe 32 des boissons sans alcool, des produits qui ne sont pas visés par la classe 5 attaquée.

22. Il convient donc, selon le défendeur, de rejeter l'opposition comme recevable mais non fondée et de condamner l'opposant aux dépens.

### **III. DECISION**

#### **A.1. Risque de confusion**

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

24. 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* ».

25. 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 produits**

26. 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).

27. 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.

28. Les produits à comparer sont les suivants :

| <b>Opposition basée sur :</b>  | <b>Opposition dirigée contre :</b>  |
|--|---|
| Cl 3 Additifs non médicinaux pour le bain ; parfumerie, huiles essentielles, cosmétiques, produits de soin des cheveux ; lotions capillaires ; dentifrices, préparations cosmétiques pour le bronzage, huiles de massage.  |   |
| Cl 5 Médicaments homéopathiques à usage externe et interne, en particulier sous forme de tablettes, de capsules, de poudres, de suppositoires, d'ampoules, de gouttes, d'onguents et de gels ; produits de santé ; huiles nourrissantes pour les muscles à usage médical, additifs et huiles de bains médicinaux ; terre glaise ; compléments alimentaires et élixirs à base de substances naturelles à usage médical, principalement à base de composants végétaux, d'extraits de plantes et de minéraux. | Cl 5 Produits pharmaceutiques et vétérinaires ; produits hygiéniques pour la médecine ; aliments et substances diététiques à usage médical ou vétérinaire, aliments pour bébés ; compléments alimentaires pour êtres humains et animaux ; emplâtres, matériel pour pansements ; matières pour plomber les dents et pour empreintes dentaires ; désinfectants ; produits pour la destruction d'animaux nuisibles ; fongicides, herbicides. |
| Cl 29 Compléments alimentaires à base de substances naturelles non à usage médical, principalement à base de composants végétaux, d'extraits de plantes et de minéraux (compris dans la classe 29).  |   |
| Cl 32 Boissons sans alcool, à savoir élixirs à   |   |

|   |  |
|---|--|
| <p>base de substances naturelles non à usage médical, principalement à base de composants végétaux, d'extraits de plantes et de minéraux.</p> |  |
|---|--|

29. Les « *compléments alimentaires pour êtres humains* » en classe 5 du défendeur sont identiques aux produits « *compléments alimentaires à base de substances naturelles non à usage médical, principalement à base de composants végétaux, d'extraits de plantes et de minéraux (compris dans la classe 29)* » en classe 29 de l'opposant et aux produits « *compléments alimentaires et élixirs à base de substances naturelles à usage médical, principalement à base de composants végétaux, d'extraits de plantes et de minéraux* » en classe 5 de l'opposant. Les produits du défendeur ainsi que ceux de l'opposant sont tous des compléments alimentaires. Les différences au niveau de leur composition ou de leur destination ne remettent pas en question cette identité. À cet égard, il convient de rappeler que, en application d'une jurisprudence constante, des produits peuvent être considérés comme identiques lorsque les produits que désigne la marque antérieure sont inclus dans une catégorie plus générale visée par la demande de marque. En effet, c'est au demandeur de marque, et non à l'Office, qu'il incombe de limiter, le cas échéant, la demande d'enregistrement de marque à certains produits non couverts par la marque antérieure. L'Office n'a pas l'obligation de procéder à une analyse de chacun des produits ou des services faisant partie de chaque catégorie visée par la demande de marque, mais doit porter son examen sur la catégorie en question, en tant que telle (voir TUE, Metabiomax, T-281/13, 11 juin 2014).

30. Les « *produits pharmaceutiques* » en classe 5 du défendeur sont fortement similaires aux « *médicaments homéopathiques à usage externe et interne, en particulier sous forme de tablettes, de capsules, de poudres, de suppositoires, d'ampoules, de gouttes, d'onguents et de gels ; compléments alimentaires et élixirs à base de substances naturelles à usage médical, principalement à base de composants végétaux, d'extraits de plantes et de minéraux* » en classe 5 de l'opposant. Le caractère médicinal des produits désignés par la marque antérieure les rapproche suffisamment des « *produits pharmaceutiques* » visés par la marque demandée pour qu'il soit conclu à l'existence d'une similitude entre eux (voir TUE Metabiomax, précité ci-dessus).

31. Les « *produits hygiéniques pour la médecine* » en classe 5 du défendeur sont similaires aux produits en classe 3 de l'opposant « *additifs non médicaux pour le bain ; huiles essentielles, cosmétiques, produits de soin des cheveux ; lotions capillaires ; dentifrices, huiles de massage* ». Les produits visés en classe 3 sont des produits d'entretien et de soins du corps, au même titre que les « *produits hygiéniques pour la médecine* » visés en classe 5 par le signe contesté. En effet, certaines personnes peuvent choisir, pour des raisons allergiques par exemple, de se tourner vers des produits hygiéniques de soins du corps avec de type médicinal plutôt que vers des produits cosmétiques dits « classiques » parce que les produits de caractère médicinal sont, par exemple, exempts de parfum ou contiennent d'autres composants. Néanmoins, tous ces produits ont la même destination, la même nature et le même usage, de sorte qu'ils peuvent être considérés comme concurrents. De plus, les canaux de distribution des produits comparés peuvent également être les mêmes. En effet, les pharmaciens et les droguistes ne fournissent pas uniquement des produits hygiéniques pour la médecine mais également des produits cosmétiques dits « classiques » (voir dans ce sens décision d'opposition OBPI, MUSTANG, 2002752, 29 janvier 2010 ; décision d'opposition OBPI, ARKOTRANSIT, 2003730, 22 septembre 2011).

32. Les « *aliments pour bébés* » en classe 5 du défendeur sont similaires aux « *compléments alimentaires et élixirs à base de substances naturelles à usage médical, principalement à base de composants végétaux, d'extraits de plantes et de minéraux* » en classe 5 de l'opposant et aux « *compléments alimentaires à base de substances naturelles non à usage médical, principalement à base de composants végétaux, d'extraits de plantes et de minéraux (compris dans la classe 29)* » en classe 29 de l'opposant. S'agissant des produits en cause, les aliments pour bébés, d'une part, et les compléments alimentaires, d'autre part, peuvent être similaires. En effet, il s'agit de produits alimentaires spéciaux, destinés à des groupes particuliers de personnes, des bébés. Par ailleurs, les canaux de distribution sont concordants, ces produits étant proposés les uns à côté des autres dans des pharmacies, des supermarchés et des drogueries (TUE, Selogyn, T-173/13, 12 décembre 2014).

33. Les « *aliments et substances diététiques à usage médical* » en classe 5 du défendeur sont similaires aux « *médicaments homéopathiques à usage externe et interne, en particulier sous forme de tablettes, de capsules, de poudres, de suppositoires, d'ampoules, de gouttes, d'onguents et de gels ; compléments alimentaires et élixirs à base de substances naturelles à usage médical, principalement à base de composants végétaux, d'extraits de plantes et de minéraux* » en classe 5 de l'opposant vu la connexité de leur fonction, à savoir celle d'améliorer la condition médicale des personnes, ainsi que la probabilité qu'ils empruntent généralement des canaux de distribution similaires, à savoir les pharmacies mais aussi des drogueries (TUE, Trubion, T-412/08, 15 décembre 2009).

34. Les « *produits vétérinaires* », « *aliments et substances diététiques à usage vétérinaires* » « *compléments alimentaires pour animaux* » en classe 5 du défendeur constituent une large gamme de produits, destinés à améliorer la santé et le bien-être des animaux. Ces produits peuvent être considérés comme similaires aux « *médicaments homéopathiques* » destinés à améliorer la santé et le bien-être des personnes. Bien que les produits vétérinaires soient destinés à des animaux, tandis que les médicaments sont destinés aux êtres humains, il est quand-même possible que des médicaments homéopathiques soient également utilisés pour des animaux. Dans certains cas, des médicaments à usage humain peuvent avoir la même composition qu'un produit destiné à des animaux. Les fabricants et les canaux de distribution de tels produits peuvent également être les mêmes. En outre, de tels produits peuvent être fabriqués par les mêmes entreprises et être commercialisés dans les mêmes points de vente (TUE, ROVI Pharmaceuticals, T-97/11, 16 septembre 2013).

35. Les produits « *emplâtres, matériel pour pansements* » en classe 5 du défendeur sont similaires aux « *produits de santé* » en classe 5 de l'opposant. Les « *emplâtres ; matériel pour pansements* » sont des produits destinés à recouvrir une blessure pour éviter toute infection ou tout frottement direct avec un corps étranger. Ils visent à permettre une guérison. Ces produits constituent donc en soi des produits de santé (voir dans ce sens la décision d'opposition OBPI, ARKOTRANSIT, 2003730, 22 septembre 2011 ; décision d'opposition OBPI, PROPODENT, 2006098, 19 décembre 2013).

36. Les produits « *désinfectants* » en classe 5 du défendeur sont similaires aux « *médicaments homéopathiques à usage externe et interne, en particulier sous forme de tablettes, de capsules, de poudres, de suppositoires, d'ampoules, de gouttes, d'onguents et de gels* » en classe 5 de l'opposant. Il s'agit de produits qui peuvent servir aussi pour l'hygiène du corps et l'amélioration du bien-être/la santé d'une personne. Les désinfectants peuvent donc être considérés comme similaires aux

médicaments homéopathiques en classe 5 du droit invoqué au vu de la proximité existant entre eux quant au public auquel ils s'adressent, de leur destination et de leur perception commune comme appartenant à la catégorie générale des médicaments (homéopathiques) (voir TUE, *Metabiomax*, T-281/13, 11 juin 2014).

37. Les « *produits pour la destruction d'animaux nuisibles ; fongicides* » en classe 5 du signe contesté sont similaires aux « *médicaments homéopathiques à usage externe et interne, en particulier sous forme de tablettes, de capsules, de poudres, de suppositoires, d'ampoules, de gouttes, d'onguents et de gels* » en classe 5 de l'opposant. Bien que les produits pour la destruction d'animaux nuisibles et les fongicides sont destinés à une utilisation en agriculture et en horticulture, leur usage n'est pas limité à ces domaines. Ils peuvent également être destinés à des fins médicales pour prévenir ou traiter des maladies ou des maux. Par exemple, en ce qui concerne les fongicides, le traitement des infections fongiques sur la peau ou les ongles peut se faire à l'aide de fongicides médicaux spécifiques. Il y a donc une similarité entre les produits susmentionnés du défendeur et ceux de l'opposant. Quant aux produits pour la destruction d'animaux nuisibles, la formulation d'« animaux nuisibles » ne concerne pas seulement des rats ou des souris. Des poux peuvent également être visés. Par conséquent, des produits, à caractère médical pour se débarrasser des poux, appartiennent aussi à la catégorie des produits pour la destruction d'animaux nuisibles en classe 5. Il y a donc une similarité entre les produits du défendeur et les médicaments homéopathiques à usage externe et interne de l'opposant (voir dans ce sens décision d'opposition OBPI, *Staphex*, 2005959, 27 juin 2012).

38. Les « *herbicides* » en classe 5 du signe contesté ne sont pas similaires aux produits pour lesquels le droit invoqué est enregistré. Les produits du défendeur sont destinés à une utilisation en agriculture et horticulture et certainement pas à des fins médicales ; contrairement aux produits de l'opposant, ceux du défendeur sont même nocifs pour la santé (voir dans ce sens OBPI, *Staphex*, précité).

39. Les « *matières pour plomber les dents et pour empreintes dentaires* » en classe 5 du signe contesté ne sont pas non plus similaires aux produits pour lesquels est déposé le droit invoqué, même pas aux dentifrices en classe 3 du droit invoqué. Les matières pour plomber les dents et pour empreintes dentaires sont des amalgames ou des résines synthétiques employés pour les obturations et les empreintes dentaires dans le cadre de soins et fournis aux dentistes. Les dentifrices de la marque antérieure sont des produits d'hygiène dentaire vendus notamment en grandes surfaces. Il suit de ce qui précède que ces produits ne présentent pas les mêmes nature, fonction, destination et ne suivent pas le même réseau de distribution. Le seul fait que ces produits ont trait au domaine dentaire ne permet pas de faire craindre un risque de confusion dès lors que les produits en cause présentent des caractéristiques propres à les distinguer nettement.

#### *Conclusion*

40. La plupart des produits de la classe 5 visés par le dépôt contesté sont soit identiques, soit fortement similaires ou similaires aux produits pour lesquels le droit invoqué est enregistré. Par contre les « *matières pour plomber les dents et pour empreintes dentaires ; herbicides* » présentent aucune similitude aux produits visés par le droit invoqué.

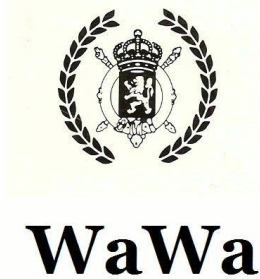


**Comparaison des signes**

41. 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).

42. 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.

43. Les signes à comparer sont les suivants :

| Opposition basée sur: | Opposition dirigée contre:  |
|-----------------------|---|
| <p>WALA</p>           |  |

*Comparaison visuelle*

44. Le droit invoqué est une marque verbale qui est composé du mot WALA de 4 caractères. Le signe contesté est une marque semi-figurative. L'élément figuratif est l'image d'un emblème. Une couronne de laurier entoure une sorte de blason dont les éléments principaux sont un écusson où figure un lion debout, surmonté d'une couronne ; le tout sur un fond jaune très clair. En dessous de cette image figure le mot WaWa de 4 caractères.

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, 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, MATRATZEN, T-6/01, 23 octobre 2002 et TUE, El Charcutero Artesano, T-242/06, 13 décembre 2007).

46. Dans le signe contesté, le public pertinent apercevra bien un élément figuratif et un élément verbal. L'Office estime que non seulement l'image, mais aussi le mot WaWa attirera son attention. Il convient de rappeler que lorsqu'une marque est composée d'éléments verbaux et figuratifs, les premiers devraient, en principe, être considérés comme plus distinctifs que les seconds, car le consommateur moyen fera plus facilement référence au produit en cause en citant le nom qu'en décrivant l'élément figuratif de la marque (voir dans ce sens TUE, SELENIUM-ACE, T-312/03, 14 juillet 2005). De plus, dans l'impression d'ensemble du signe, ledit élément figuratif n'a pas un caractère fort distinctif vu qu'il pourrait être perçu par le public pertinent comme une sorte de cachet attestant une certaine qualité des produits susmentionnés.

47. Les mots des signes contestés, WALA et WaWA, se ressemblent. Leurs deux premières lettres, WA-, et la dernière A- sont identiques. Ils diffèrent seulement par leur troisième lettre : respectivement un L dans le droit invoqué et un W dans le signe contesté.

48. En ce qui concerne l'argument du défendeur, selon lequel il y aurait une différence visuelle entre les signes parce que le droit invoqué WALA est écrit en majuscules et le signe contesté WaWa en majuscules et minuscules, l'Office précise que la protection qui découle de l'enregistrement d'une marque verbale porte sur le mot indiqué dans la demande d'enregistrement et non sur les aspects graphiques ou stylistiques particuliers que cette marque pourrait éventuellement revêtir (TUE, Babilu, T-66/11, 31 janvier 2013). Cet argument du défendeur est donc sans pertinence.

49. 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 WA 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. L'Office considère que, comme la différence entre les signes se trouve au milieu, celle-ci sautera moins aux yeux et sera par conséquent insuffisante pour éliminer la ressemblance visuelle entre le droit invoqué et le signe contesté.

50. Tenant compte de ce qui précède, l'Office est d'avis qu'il existe une ressemblance visuelle entre les signes en question.

#### *Comparaison phonétique*

51. 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 (TUE, PC WORKS, T-352/02, 25 mai 2005 et TUE, Thai Silk, T-361/08, 21 avril 2010). Le signe contesté sera donc prononcé comme WA-WA, le droit invoqué comme WA-LA.

52. La première syllabe des signes et la dernière lettre sont identiques. La première consonne de la deuxième syllabe diffère. Les signes ont trois lettres en commun (dont deux voyelles). Par conséquent le rythme de la prononciation est le même.

53. Phonétiquement, les signes concernés se ressemblent fortement.

*Comparaison conceptuelle*

54. Aucun de ces signes n'a de signification établie.
55. Le défendeur estime que la prononciation en français de WaWa évoquera, chez le consommateur moyen, l'abolement d'un chien (voir point 20). Néanmoins, l'Office estime que le public pertinent Benelux ne percevra pas une telle signification en voyant le signe du défendeur.
56. Vu l'absence d'une signification des signes, la comparaison conceptuelle n'est pas pertinente.

*Conclusion*

57. La marque et le signe se ressemblent sur le plan visuel et même fortement sur le plan phonétique. Une comparaison conceptuelle étant impossible, l'aspect conceptuel ne jouera pas de rôle dans l'appréciation.

**A.2. Appréciation globale**

58. 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.
59. 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).
60. 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 (CJUE, TRAVATAN, C-412/05P, 26 avril 2007).
61. 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). Dans le cas d'espèce, le public pertinent devra être déterminé au vu du libellé des produits désignés par la marque antérieure. Ces produits ne comprennent pas seulement ceux vendus exclusivement en pharmacie, mais également ceux pouvant être vendus ailleurs qu'en pharmacie, comme chez le droguiste ou dans le supermarché.
62. En ce qui concerne les produits en classe 5, selon la jurisprudence, même dans le cas où les produits en cause sont des médicaments nécessitant la prescription d'un médecin avant leur vente aux consommateurs dans les pharmacies, le public pertinent est constitué à la fois de consommateurs/utilisateurs et de professionnels de la santé, c'est-à-dire des médecins, qui prescrivent le médicament, ainsi que des pharmaciens, qui vendent le médicament prescrit. Le public pertinent se compose donc, à la fois, du public spécialisé des domaines pharmaceutiques et médicaux et du grand public. Quant au niveau d'attention du public pertinent, l'Office estime d'une part, que les professionnels

de la médecine font preuve d'un degré élevé d'attention lors de la prescription de médicaments. D'autre part, s'agissant des consommateurs/utilisateurs, dans les cas où des produits pharmaceutiques sont vendus sans ordonnance, il y a lieu de supposer que ces produits intéressent les consommateurs, qui sont censés être raisonnablement bien informés, attentifs et avisés, dès lors que ces produits affectent leur état de santé, et que ces consommateurs sont moins susceptibles de confondre les diverses versions desdits produits. Ainsi les médicaments, délivrés sur ordonnance médicale ou non, peuvent être considérés comme bénéficiant d'un degré d'attention accru de la part des consommateurs normalement informés et raisonnablement attentifs et avisés (TUE, Selogyn, précité).

63. S'agissant spécialement des « aliments pour bébés », l'Office estime que les parents de bébés et d'enfants en bas âge ont un degré d'attention plus élevé lors de l'achat de produits pour bébés, eu égard à l'importance que jouent l'alimentation et la santé des bébés à leurs yeux (TUE, Dodie, T-122/13, 8 octobre 2014).

64. Les produits en classe 3 visés par la marque antérieure, pouvant être désignés ensemble comme des produits de soins personnels, concernent tous des produits de consommation courante. Le grand public acquérant de tels produits doit être considéré comme normalement informé et raisonnablement attentif et avisé (TUE, O.LIVE, T-273/10, 22 mai 2012).

65. Finalement les produits en classes 29 et 32, notamment des compléments alimentaires à usage non médical et des boissons sans alcool, concernent également des produits de consommation courante qui sont destinés au public en général. Le public pertinent doit ainsi être considéré comme normalement informé et raisonnablement attentif et avisé.

66. Il suit de ce qui précède qu'il faut prendre en compte différents niveaux d'attention chez le public pertinent Benelux en cause. Les consommateurs/utilisateurs de produits de santé d'une part et d'aliments pour bébés d'autre part, ainsi que les professionnels font preuve d'un niveau d'attention élevé. En revanche, le niveau d'attention du public pertinent pour les produits de soins, les compléments alimentaires à usage non médical et les boissons sans alcool sera normal.

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

68. Visuellement, les signes se ressemblent. Phonétiquement, il y a une ressemblance forte. Conceptuellement, une comparaison n'est pas pertinente. Les produits concernés sont soit identiques, soit fortement similaires, soit similaires, soit non similaires. Dans ces circonstances, l'Office est d'avis que le public pertinent, même la partie dotée d'un degré d'attention élevé, peut croire, que les produits du défendeur qui sont identiques, fortement similaires et similaires aux ceux de l'opposant, sont originaires de la même entreprise ou d'une entreprise liée économiquement.

**B. Conclusion**

69. Sur base de ce qui précède, l'Office conclut qu'il existe un risque de confusion pour les produits identiques, fortement similaires et similaires.

**IV. CONSÉQUENCE**

70. L'opposition portant le numéro 2009184 est partiellement justifiée.

71. Le dépôt Benelux numéro 1270472 n'est pas enregistré pour les produits suivants :

- Classe 5 : Produits pharmaceutiques et vétérinaires ; produits hygiéniques pour la médecine ; aliments et substances diététiques à usage médical ou vétérinaire, aliments pour bébés ; compléments alimentaires pour êtres humains et animaux; emplâtres, matériel pour pansements ; désinfectants ; produits pour la destruction d'animaux nuisibles ; fongicides.

72. Le dépôt Benelux numéro 1270472 est enregistré pour les produits suivants :

- Classe 5 : Matières pour plomber les dents et pour empreintes dentaires ; herbicides.

73. L'opposition étant partiellement justifiée, aucune des parties n'est redevable des dépens en vertu de l'article 2.16, alinéa 5 CBPI en liaison avec la règle 1.32 du règlement d'exécution.

La Haye, le 30 avril 2015

Tineke Van Hoey  
(rapporteur)

Saskia Smits

Diter Wuytens

Agent chargé du suivi administratif: Rémy Kohlsaat