



OFFICE BENELUX DE LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE

DÉCISION en matière d'OPPOSITION

N° 2010187

du 12 avril 2016

Opposant : **Lidl Stiftung & Co. KG**
Stiftsbergstrasse 1
74172 Neckarsulm
Allemagne

Mandataire : **CABINET BEDE S.A.**
Boulevard General Wahis 15
1030 Bruxelles
Belgique

Droit invoqué : **Enregistrement Benelux 575056**

BELGIX

contre

Défendeur : **ROYAL GULF CHOCOLATS BVBA**
Nelemeerstraat 34
9830 Sint Martens Latem
Belgique

Mandataire : **PRONOVEM MARKS SA**
Avenue Josse Goffin 158
1082 Bruxelles
Belgique

Signe contesté **Dépôt Benelux 1291794**



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

1. Le 26 juin 2014, le défendeur a procédé au dépôt Benelux de la marque semi-figurative



pour distinguer des produits en classe 30. Ce dépôt a été mis à l'examen sous le numéro 1291794 et publié le 1^{er} juillet 2014.

2. Le 1^{er} septembre 2014, l'opposant a introduit une opposition contre ledit dépôt. L'opposition est basée sur l'enregistrement Benelux 575056 de la marque verbale BELGIX, introduite le 24 mars 1995 pour des produits en classe 30.

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

4. L'opposition est introduite contre une partie des produits du signe contesté et 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^{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 2 septembre 2014, 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 débuté le 3 novembre 2014. Le 13 novembre 2014, l'Office a adressé aux parties un avis relatif au début de la procédure, un délai jusqu'au 13 janvier 2015 inclus étant imparti à l'opposant pour introduire ses arguments et les pièces éventuelles à l'appui de ceux-ci.

9. Le 1^{er} décembre 2014, le défendeur a informé l'Office qu'il souhaitait constituer Pronovem Marks comme son mandataire dans cette procédure d'opposition et l'Office en a informé les parties le 2 décembre 2014.

10. Le 13 janvier 2015, l'opposant a introduit des arguments et l'Office les a transférés au défendeur le 20 janvier 2015, lui accordant un délai pour y répondre jusqu'au 20 mars 2015 inclus.

11. Le 4 février 2015, le défendeur a demandé à l'opposant de présenter des preuves d'usage de la marque antérieure sur laquelle l'opposition est basée. L'Office a transmis cette requête à l'opposant le 9 février 2015, lui accordant un délai jusqu'au 9 avril 2015 pour introduire les preuves d'usage requises.

12. Suite à la requête du défendeur lui demandant des preuves d'usage de sa marque, l'opposant a introduit des pièces le 18 mars 2015. L'Office les a transmises au défendeur le 23 mars 2015 en lui attribuant un délai de deux mois pour y réagir, ainsi qu'aux arguments .

13. Le défendeur a réagi le 21 mai 2015. Cette réaction a été envoyée à l'opposant le 27 mai 2015.

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 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 limite d'abord les produits contre lesquels l'opposition est dirigée.

18. L'opposant constate que les cinq premières lettres des signes sont identiques et que la seule différence entre eux réside à la fin. Selon l'opposant, les éléments figuratifs du signe contesté ne sont pas particulièrement frappants et ne sont pas susceptibles d'avoir une importance particulière pour le public pertinent. L'opposant en conclut que d'un point de vue visuel, les signes se ressemblent de manière évidente.

19. L'opposant fait observer que la première syllabe des signes est phonétiquement identique et que la deuxième coïncide fortement par le son [gi]. Selon lui, la différence entre les dernières syllabes des signes ne suffit pas à effacer la ressemblance produite par la similitude des premières lettres et par conséquent les signes présentent une certaine similitude sur le plan phonétique.

20. Bien que les signes n'aient pas de signification, ils pourraient toutefois faire référence à la Belgique, de sorte qu'ils devraient également être considérés comme conceptuellement similaires.

21. L'opposant signale qu'une partie des produits figure explicitement dans les deux listes et est donc identique. En outre, il considère que certains produits sont (hautement) similaires, complémentaires ou concurrents. Finalement, tous ces produits peuvent avoir les mêmes producteurs, consommateurs finaux et canaux de distribution.

22. L'opposant conclut qu'il existe un risque de confusion. C'est pourquoi il demande à l'Office de reconnaître la présente opposition fondée et de refuser l'enregistrement du signe contesté pour tous les produits contre lesquels l'opposition est dirigée.

B. Réaction du défendeur

23. Le défendeur a d'abord demandé des preuves d'usage du droit invoqué.

24. En ce qui concerne les pièces introduites par l'opposant, le défendeur fait remarquer que celles-ci ne visent que les produits *biscuits*, *gaufres* et *spéculoos à tartiner* et que pour les autres produits sur lesquels l'opposition est basée, aucune preuve d'usage n'a été produite. De plus, il y a lieu de constater, selon le défendeur, qu'il n'est pas fait usage de la marque sous sa forme verbale mais toujours sous la forme suivante :



. Selon le défendeur, il est clair que cet usage de la marque verbale change le caractère distinctif dans la mesure où l'impression d'ensemble de la marque est totalement différente. Par ailleurs, le défendeur estime que les documents fournis par l'opposant ne démontrent pas l'exploitation sérieuse de la marque. En effet, l'opposant ne donne pas de chiffres concernant les ventes, la part de marché, les chiffres

d'affaires, ni l'étendue ou la fréquence de l'usage de la marque. Le défendeur conclut que l'usage normal et sérieux du droit invoqué n'a pas été prouvé et que, par conséquent, l'opposition doit être rejetée.

25. À toutes fins utiles, le défendeur compare les produits contre lesquels l'opposition est dirigée avec les biscuits, les seuls produits repris dans les preuves d'usage et pour lesquels le droit invoqué est enregistré. La conclusion en est, selon lui, que les produits sont totalement différents.

26. D'un point de vue visuel, les éléments BELGIX et Belgico se distinguent par un nombre de lettres différent de même que par leur partie finale –X et –CO, de quoi il ressort, selon le défendeur, que les signes sont visuellement différents.

27. Phonétiquement, la prononciation des deux signes coïncide seulement par la première syllabe [bel], et se distingue suffisamment par les deuxième et troisième syllabes. Il en ressort, selon le défendeur, que les signes ne se ressemblent pas du point de vue phonétique.

28. Étant donné qu'aucun des signes n'a de signification, ils ne peuvent pas être comparés sur le plan conceptuel. Néanmoins, le défendeur estime qu'il est clair que les termes BELG et BELGI pourraient référer à la Belgique et qu'un tel terme ne peut pas être monopolisé par une marque.

29. Pour ces motifs, le défendeur demande à l'Office de rejeter la présente opposition et d'enregistrer le signe contesté.

III. DÉCISION

A.1 Preuves d'usage

30. Conformément aux dispositions de l'article 2.16, alinéa 3, sous a CBPI rapproché de l'article 2.26, alinéa 2, sous a CBPI et de la règle 1.29 du règlement d'exécution, la marque doit faire l'objet d'un usage normal sur le territoire Benelux pendant une période de cinq années précédant la date de publication du dépôt contre lequel l'opposition est dirigée.

31. La requête concernant l'introduction des preuves d'usage est fondée vu que le droit invoqué a été inscrit plus de cinq années précédant la publication de la demande.

32. Le signe contesté a été publié le 1^{er} juillet 2014. La période d'usage pertinente court donc du 1^{er} juillet 2009 au 1^{er} juillet 2014.

33. Conformément à la règle 1.29, alinéa 2 RE, les preuves d'usage doivent comprendre des indications sur le lieu, la durée, l'importance et la nature de l'usage qui a été fait de la marque antérieure pour les produits et services sur lesquels l'opposition est fondée.

Appréciation des preuves d'usage introduites :

34. L'opposant a fourni les documents suivant comme preuves de l'usage sérieux de son droit invoqué :

- 1) Divers prospectus pour la Belgique datés de 2012, 2013 et 2014 ;
- 2) Divers prospectus pour les Pays-Bas datés de 2012, 2013 et 2014 ;
- 3) Photos de produits divers vendus en Belgique ;
- 4) Photos de produits divers vendus aux Pays-Bas ;
- 5) Factures provenant de Belgique datées de 2012, 2013 et 2014 ;

6) Factures provenant des Pays-Bas datées de 2012, 2013 et 2014.

35. Les prospectus mentionnés ci-dessus sous 1 et 2 présentent un relevé de l'assortiment des produits alimentaires offerts dans les magasins Lidl. Les prospectus sont également disponibles sur Internet (www.lidl.be et www.lidl.nl) et une partie de l'assortiment de produits qu'ils contiennent change plusieurs fois par semaine (« de lundi à mercredi », « de jeudi à mercredi »), une autre partie est en permanence en vente. À la vue de ces documents, on peut donc conclure que les produits mentionnés sont marchandisés et offerts régulièrement aux consommateurs et ceci tant en Belgique qu'aux Pays-Bas.

36. Les photos de produits divers sous 3 et 4 ci-dessus ne donnent aucune information concernant la présence réelle de ces produits sur le marché, mais les représentations correspondent à celles figurant dans les prospectus, donc ces pièces peuvent servir à l'appui de ces derniers.

37. Contrairement à ce que signale le défendeur (voir point 24), les produits figurant sur les prospectus et mentionnés dans les factures ne sont pas seulement des biscuits, gaufres et spéculoos à tartiner. Il s'agit aussi notamment de *botergaletten*, *eierkoeken*, *carré confiture*, *carré amandel* et *peperkoek* (*galettes de beurre*, *gâteaux aux œufs*, *carré confiture*, *carré aux amandes* et *pain d'épices*), tous ces produits étant compris dans le libellé *biscuits*, *préparations faites de céréales* et *pâtisserie* du droit invoqué. Il s'ensuit que les produits *farines* et *pain* ne sont pas couverts par ces produits.

38. Le défendeur fait remarquer que, dans les pièces fournies par l'opposant, le droit invoqué n'apparaît quasi jamais comme marque verbale, mais systématiquement comme marque semi-figurative (voir point 24). L'Office signale que le droit invoqué est bien mentionné comme marque verbale dans les factures (5 et 6), mais il est vrai que celles-ci sont adressées à l'opposant (ou à ses filiales en Belgique et aux Pays-Bas). Cet usage de la marque ne constitue pas un usage public et vers l'extérieur comme exigé par la jurisprudence européenne (voir TUE, Silk Cocoon, T-174/01, 12 mars 2003, Vitafruit, T-203/02, 8 juillet 2004 et Charlott, T-169/06, 8 novembre 2007). Toutefois, les éléments figuratifs de la marque telle qu'elle est utilisée à l'intention des



consommateurs à savoir , n'est pas de nature à empêcher ceux-ci de percevoir clairement l'élément verbal. En effet, les éléments figuratifs ne seront pas perçus comme éléments distinctifs, mais seulement comme décoration : la forme ovale, les couleurs et le graphisme des lettres. Selon l'Office, il est fait usage de la marque sous une forme qui diffère de la forme sous laquelle cette marque a été enregistrée par des éléments n'altérant pas son caractère distinctif initial (voir article 2.26, aliné 3, sous a CBPI et en ce sens CJUE, C-234/06 P, Bainbridge, 13 septembre 2007).

39. En ce qui concerne les factures, il a déjà été observé que celles-ci ne sont pas adressées au public ; elles émanent des fabricants des produits mentionnés dans point 37 et sont adressées à l'opposant (ou ses filiales en Belgique ou aux Pays-Bas). Nonobstant, les données dans ces factures (la marque, les descriptions des produits, les quantités ou poids mentionnés sur les emballages) correspondent toutes à celles figurant dans les prospectus, de manière qu'il est clair que tous ces produits sont destinés à être vendus dans les filiales de l'opposant.

Conclusion

40. L'Office estime que l'usage sérieux du droit invoqué a été prouvé pour les produits *biscuits, préparations faites de céréales et pâtisserie*. Conformément à la règle 1.17, sous e, RE, la décision d'opposition doit donc être basée uniquement sur ces produits.

A.2 Risque de confusion

41. Conformément à l'article 2.14, alinéa 1er, sous a, CBPI, le déposant ou le titulaire d'une marque antérieure peut, dans un délai de deux mois à compter de 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.

42. 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 ».

43. 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

44. 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).

45. 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).

46. L'impression d'ensemble produite dans la mémoire du public pertinent par une marque complexe peut, dans certaines circonstances, être dominée par un ou plusieurs des composants de celle-ci (CJCE, 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 (TPI, Matratzen, T-6/01, 23 octobre 2002 et El Charcutero Artesano, T-242/06, 13 décembre 2007).

47. Les signes à comparer sont les suivants :

| Opposition basée sur : | Opposition dirigée contre : |
|------------------------|--|
| BELGIX |  |

Comparaison visuelle

48. Le droit invoqué est une marque purement verbale de six lettres, BELGIX. Le signe contesté est une marque semi-figurative, comprenant le mot Belgico en lettres cursives de couleur brune. À gauche et en haut de ce mot figure la représentation stylisée de deux fèves de cacao entourées de feuilles en différentes teintes de brun.

49. Dans les signes composés, l'élément verbal a souvent un impact plus élevé sur le consommateur que l'élément figuratif. La raison en est que le public n'analyse pas toujours les signes et les évoque souvent en utilisant l'élément verbal (voir en ce sens : TUE, arrêt SELENIUM-ACE, T-312/03, 14 juillet 2005). Dans le cas présent, les éléments figuratifs du signe contesté, placés en haut et au début du signe, ne sont certainement pas à négliger, mais ils ne peuvent toutefois pas entièrement détourner l'attention du public pertinent de l'élément verbal, lequel figure de façon préminente dans ce signe.

50. En règle générale, le consommateur attache plus d'importance à la première partie d'une marque (TUE, arrêt Mundicor, T-183/02 et T-184/02, 17 mars 2004). Dans le cas présent, les cinq premières lettres des signes sont identiques. Seules la toute dernière lettre du droit invoqué et les deux dernières lettres du signe contesté diffèrent. Il en résulte donc que les signes se ressemblent visuellement.

51. La marque et le signe se ressemblent visuellement.

Comparaison phonétique

52. En ce qui concerne la comparaison au niveau phonétique, il y a lieu de rappeler que – strictement parlant – 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 du 25 mai 2005, PC WORKS, T-352/02 et du 21 avril 2010, Thai Silk, T-361/08). En effet, dans le cas présent l'Office estime que le consommateur ne référera pas au signe contesté par « fèves de cacao » ou toute autre description comparable.

53. L'identité des cinq premières lettres des signes entraîne une prononciation identique. De plus, les sons de la lettre suivante, le X dans le droit invoqué et le C dans le signe contesté, se ressemblent fortement, car le X est prononcé comme [ks] et le C (dans le cas d'espèce) comme [k]. La seule différence phonétique du tout dernier son des signes ([s] vers [o]) est insuffisante pour annihiler la forte ressemblance sur ce plan.

54. Les signes se ressemblent sur le plan phonétique.

Comparaison conceptuelle

55. Tout comme les parties (voir points 20 et 28), l'Office estime que le public pertinent percevra les signes comme faisant référence à la Belgique ou à une provenance belge (parmi les produits concernés, il y a les

gaufres belges légendaires). Il est vrai qu'une indication géographique ne peut pas être monopolisée par une marque (mises à part les indications géographiques protégées et les appellations d'origine protégée), mais dans le cas qui nous occupe, il ne s'agit pas d'un nom de pays ni d'un dérivé. Les deux signes sont des noms de fantaisie qui ont en commun qu'il font référence à la Belgique ou à une provenance belge.

56. Il résulte de ce qui précède que les signes se ressemblent également sur le plan conceptuel.

Conclusion

57. Les signes se ressemblent sur les plans visuel, phonétique et conceptuel.

Comparaison des produits

58. 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).

59. Lors de la comparaison des produits du droit invoqué à ceux contre lesquels l'opposition est dirigée, sont respectivement pris en considération, les produits tels que formulés au registre (pour autant que l'usage pour ces produits a été prouvé) et les produits tels qu'indiqués dans la demande de marque.

60. En appréciant les preuves d'usage, l'Office a conclu que l'usage sérieux du droit invoqué n'a été démontré que pour une partie des produits concernés. Les produits à comparer sont dès lors les suivants :

| Opposition basée sur : | Opposition dirigée contre : |
|--|---|
| <p>Klasse 30 Koekjes; graanpreparaten; banketbakkerswaren.</p> <p><i>Classe 30 Biscuits ; préparations faites de céréales ; pâtisserie.</i></p> | <p>Class 30 Coffee, tea, cocoa and artificial coffee; tapioca and sago; flour and preparations made from cereals; bread, pastry and confectionery; edible ices; sugar, honey, treacle; yeast, baking-powder.</p> <p><i>Classe 30 Café, thé, cacao et succédanés de café ; tapioca et sago ; farines et préparations faites de céréales ; pain ; pâtisserie et confiserie ; glaces comestibles ; sucre, miel, sirop de mélasse ; levure, poudre à lever.</i></p> |
| <p><i>NB : La liste des produits de cet enregistrement est en néerlandais. La traduction française est uniquement jointe afin de faciliter la lecture de cette décision.</i></p> | <p><i>NB : La liste des produits de cet enregistrement est en anglais. La traduction française est uniquement jointe afin de faciliter la lecture de cette décision.</i></p> |

61. Les produits *préparations faites de céréales* et *pâtisserie* du signe contesté figurent explicitement dans la liste du droit invoqué et sont donc identiques.

62. Le *pain* est en essence une préparation faite de céréales et est donc identique ou à tout le moins fort similaire à ces derniers produits. En outre, les produits pain et pâtisserie sont souvent commercialisés dans les mêmes magasins.

63. La confiserie (sucrierie, bonbons, etc. ; voir Le Petit Larousse) et la pâtisserie (préparation sucrée (parfois salée), de pâte travaillée, garnie de façons diverses et cuite au four ; voir également Le Petit Larousse)

sont souvent vendues dans les mêmes magasins (boulangeries/pâtisseries/confiseries) et se trouvent parfois dans les mêmes rayons des supermarchés, de sorte que le consommateur peut y attribuer une origine commune. De plus, la confiserie est souvent utilisée comme accompagnement et/ou décoration pour la pâtisserie, de manière que le consommateur considérera ces deux produits comme appartenant à une seule catégorie de produits. Ces produits sont dès lors fort similaires.

64. Les produits *glaces comestibles* du signe contesté sont similaires aux produits *pâtisserie* du droit invoqué par leur nature, habitude de consommation et présentation. En effet, il s'agit de produits consommés pour le plaisir, dans des conditions similaires (à la fin d'un repas ou comme encas par exemple). Les produits sont concurrents dans un certain sens : comme dessert ou en cas de petite faim, on peut donc choisir alternativement entre eux. Ces produits sont parfois consommés en combinaison, comme par exemple les crêpes ou tarte aux pommes chaudes servies avec de la glace.

65. Les produits restants du signe contesté ont une nature différente de ceux du droit invoqué. Certains sont une substance alimentaire de base, et ne sont pas destinés à être consommés tels quels. Les produits *café, thé, cacao* et *succédanés de café* sont destinés à être bus et sont par nature différents des produits du droit invoqué. Ils peuvent être consommés au même moment mais ne sont pas complémentaires au sens strict car la consommation de l'un est totalement indépendante de la consommation de l'autre. Ces produits ne sont donc pas similaires.

Conclusion

66. Les produits du signe contesté sont en partie identiques, en partie similaires et en partie non similaires à ceux du droit invoqué.

A.3 Appréciation globale

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

68. 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.

69. 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 produits de consommation courante, pour lesquels le niveau d'attention du public pertinent est normal.

70. 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, déjà cités).

71. 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 connaissance de celles-ci sur le marché, jouissent d'une protection plus étendue que celles dont le caractère distinctif est moindre. (CJUE, Canon, Sabel et Lloyd Schuhfabrik Meyer, déjà cités). Le droit invoqué a intrinsèquement un caractère distinctif normal, vu qu'il ne décrit aucune caractéristique des produits en question. Même si on considérait que la marque antérieure dispose d'un caractère distinctif plutôt faible, parce qu'elle fait

référence à la Belgique ou à une origine belge (voir point 28), il convient de souligner que le caractère distinctif de la marque antérieure n'est qu'un élément parmi d'autres intervenant lors de l'appréciation du risque de confusion. Ainsi, même en présence d'une marque antérieure à caractère distinctif faible, il peut exister un risque de confusion, notamment, en raison d'une similitude des signes et des produits ou des services visés (voir, en ce sens, arrêts du TUE FLEXI AIR, T-112/03, 16 mars 2005, et Pages Jaunes, T-134/06, 13 décembre 2007).

72. La marque et le signe se ressemblent et les produits contre lesquels l'opposition est dirigée sont en partie identiques, en partie similaires et en partie non similaires aux produits du droit invoqué. Sur cette base, et observant l'interdépendance entre tous les facteurs à prendre en considération, l'Office considère que le public peut croire que les produits proviennent de la même entreprise ou d'entreprises liées économiquement.

B. Conclusion

73. Vu ce qui précède, l'Office est d'avis qu'il existe un risque de confusion entre les deux signes en cause pour les produits identiques et similaires.

IV. CONSÉQUENCE

74. L'opposition numéro 2010187 est partiellement justifiée.

75. Le dépôt Benelux 1291794 n'est pas enregistré pour les produits suivants :

Classe 30 Préparations faites de céréales ; pain ; pâtisserie et confiserie ; glaces comestibles.

76. Le dépôt Benelux 1291794 est enregistré pour les produits suivants :

Classe 30 Café, thé, cacao et succédanés de café ; riz ; tapioca et sago ; farines; sucre, miel, sirop de mélasse ; levure, poudre à lever ; sel ; moutarde ; vinaigre ; sauces (condiments) ; épices ; glace à rafraîchir.

77. 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 12 avril 2016

Willy Neys,
(rapporteur)

Cocky Vermeulen

Tomas Westenbroek

Agent chargé du suivi administratif : Dominique Bos