

COUR DE JUSTICE

BENELUX

GERECHTSHOF

~

**TWEEDE KAMER
DEUXIÈME CHAMBRE**

COPIE CERTIFIÉE CONFORME À L'ORIGINAL
VOOR EENSLUIDEND VERKLAARD AFSCHRIFT
LUXEMBOURG, LE 18/4/2023
LUXEMBOURG

De griffier van het Benelux-Gerechtshof :
Le greffier de la Cour de Justice Benelux :

A. Van der Niet

C 2021/19/7

ARREST

Inzake:

MOOOI B.V.

Tegen:

DE HEER SAID OUAMAR

Procestaal: Nederlands

ARRET

En cause :

MOOOI B.V.

Contre:

DE HEER SAID OUAMAR

Langue de la procédure : le néerlandais

GRIFFIE

1, rue du Fort Thüngen
L-1499 LUXEMBURG
TEL. (00 352) 28.11.33.30
info@courbeneluxhof.int

www.courbeneluxhof.int

GREFFE

1, rue du Fort Thüngen
L-1499 LUXEMBOURG
TÉL. (00 352) 28.11.33.30
info@courbeneluxhof.int

COUR DE JUSTICE**BENELUX****GERECHTSHOF**

TWEEDE KAMER
C 2021/19/7

Arrest van 18 april 2023

in de zaak C 2021/19

Inzake

de vennootschap naar Nederlands recht
MOOOI B.V.,
gevestigd te Breda, Nederland,

verzoekster,

hierna te noemen: verzoekster,
vertegenwoordigd door mr. Chaimers Hoyneck van Papendrecht,
advocaat te Rotterdam, Nederland

Tegen

de heer Said Ouamar,
gevestigd te Almere, Nederland,

verweerder,

hierna te noemen: verweerder,
vertegenwoordigd door mr. R. van Gulik te Breda, Nederland

De procedure voor het Benelux-Gerechtshof

1. Bij op 20 oktober 2021 bij het Benelux-Gerechtshof – hierna : het hof – ingekomen verzoekschrift tot hoger beroep, met bijlagen, heeft verzoekster het hof verzocht het hoger beroep gegrond te verklaren en de hierna genoemde beslissing van het Benelux-Bureau voor de Intellectuele Eigendom – hierna : het Bureau – van 20 augustus 2021 te

COUR DE JUSTICE

BENELUX

GERECHTSHOF

DEUXIÈME CHAMBRE
C 2021/19/7

Arrêt du 18 avril 2023

dans l'affaire C 2021/19

En cause

La société de droit néerlandais
MOOOI B.V.,
dont le siège est à Breda, Pays-Bas,

requérante,

ci-après dénommée : requérante,
représentée par Me Chaimers Hoyneck van Papendrecht,
avocat sis à Rotterdam, Pays-Bas

Contre

M. Said Ouamar,
domicilié à Almere, Pays-Bas,

défendeur,

ci-après dénommé : défendeur,
représenté par Me R. van Gulik, sis à Breda, Pays-Bas

La procédure devant la Cour de Justice Benelux

1. Par la requête, accompagnée d'annexes, reçue à la Cour de Justice Benelux – ci-après : la Cour – le 20 octobre 2021, la requérante a demandé à la Cour de déclarer le recours fondé ainsi que d'annuler la décision du 20 août 2021 mentionnée ci-après de l'Office Benelux de la Propriété intellectuelle – ci-après : l'Office. Par cette décision, l'opposition

vernietigen. Bij deze beslissing is de door de verzoekster op 6 januari 2020 gedane oppositie met nr. 2015776, ingesteld tegen de inschrijving van de door verweerder op 30 oktober 2019 gedane aanvraag van het gecombineerde Benelux woord-/beeldmerk voor waren in de Nice klassen 11, 14, 18, 20 en 25 onder het nummer 1405010



ZOMOOI

(hierna ook: het teken) afgewezen en is beslist dat de Benelux aanvraag wordt ingeschreven, met veroordeling van verzoekster in de kosten van de procedure voor het Bureau. Verzoekster heeft het hof verzocht dat de oppositie ingesteld door haar tegen deze Benelux merkinschrijving integraal wordt toegewezen.

2. Verweerder heeft een verweerschrift ingediend tegen het verzoekschrift, ingekomen op 3 januari 2022 bij het hof. Daarin vordert hij de voornoemde beslissing van het Bureau te bevestigen en het verzoek van verzoekster af te wijzen. Hij vordert verzoekster te veroordelen in de kosten van het geding voor het hof
3. Verzoekster heeft daartegen schriftelijk een repliek geuit, ingekomen bij het hof op 14 februari 2022.
4. Verweerder heeft daartegen schriftelijk een dupliek geuit, ingekomen bij het hof op 31 maart 2022.
5. De procedure is schriftelijk bij gebreke van een verzoek om mondelinge behandeling.
6. De proceduretaal is Nederlands.

De feiten en de procedure bij het Bureau

7. Uit de processtukken en de stellingen van partijen is het volgende gebleken.
8. Op 30 oktober 2019 werd door verweerder een Benelux aanvraag verricht van het gecombineerde woord-/beeldmerk



ZOMOOI

voor waren in de klassen 11, 14, 18, 20 en 25. De aanvraag werd onder nummer 1405010 in behandeling genomen en gepubliceerd op 6 november 2019.

n° 2015776 formée par la requérante le 6 janvier 2020 contre l'enregistrement de la demande faite par le défendeur le 30 octobre 2019 de la marque verbale/figurative combinée Benelux pour des produits des classes 11, 14, 18, 20 et 25 de Nice, sous le numéro 1405010



ZOMOOI

(ci-après également : le signe), a été rejetée, et il a été décidé que la demande Benelux soit enregistrée, tout en condamnant la requérante aux dépens de la procédure devant l'Office. La requérante a demandé à la Cour qu'il soit intégralement fait droit à l'opposition qu'elle a formée contre cet enregistrement de marque Benelux.

2. En réaction à la requête, le défendeur a soumis un mémoire en défense, reçu à la Cour le 3 janvier 2022. Il y réclame la confirmation de la décision susmentionnée de l'Office, le rejet de la demande de la requérante, et la condamnation de la requérante aux dépens de l'instance devant la Cour.
3. En réaction, la requérante a soumis une réplique, reçue à la Cour le 14 février 2022.
4. En réaction, le défendeur a soumis une duplique, reçue à la Cour le 31 mars 2022.
5. En l'absence de demande de procédure orale, la procédure est écrite.
6. La langue de la procédure est le néerlandais.

Les faits et la procédure devant l'Office

7. Il est ressorti ce qui suit des pièces de la procédure et des allégations des parties.
8. Le 30 octobre 2019, le défendeur a fait une demande Benelux de la marque verbale/figurative combinée



ZOMOOI

pour des produits des classes 11, 14, 18, 20 et 25. La demande a été mise à l'examen sous le numéro 1405010 et publiée le 6 novembre 2019.

9. De oppositie door verzoekster ingesteld bij het Bureau is gebaseerd op artikel 2.14 lid 1, artikel 2.14, lid 2, sub a en het in artikel 2.2ter, lid 1, sub b BVIE bedoelde verwarringsgevaar.
10. De oppositie van verzoekster is gebaseerd op de volgende eerdere merken, en dit voor alle waren en diensten ervan :
- Uniemerkt 18054483, te weten het woordmerk MOOOI, ingediend op 24 april 2019 en ingeschreven op 3 oktober 2019 voor waren en diensten in de klassen 3, 9, 11, 14, 20, 21, 24, 25, 27 en 42;
 - Uniemerkt 13967393, te weten het gecombineerde woord-/beeldmerk,

m o o o i

ingediend op 21 april 2015 en ingeschreven op 26 augustus 2015 voor waren in de klassen 3, 11, 20, 21, 24 en 27.

11. De oppositie werd ingesteld tegen alle waren van de betwiste aanvraag.
12. De bestreden beslissing werd gebaseerd op de motivering dat de betrokken merken in hun totaalindruk voldoende verschillen. De beslissing overweegt, samengevat, dat het publiek niet zal menen dat de waren afkomstig zijn van dezelfde onderneming of van economisch verbonden ondernemingen, zelfs niet in het geval van gelijke of overeenstemmende waren. Derhalve werd in de bestreden beslissing niet meer overgegaan tot een vergelijking van de waren en diensten.

De argumentatie voor het Benelux-Gerechtshof

Argumentatie van verzoekster

13. De argumentatie van verzoekster kan als volgt worden samengevat :
- er is sprake van schending door het Bureau van artikel 2.2ter, lid 1, sub b BVIE door te oordelen dat er onvoldoende overeenstemming is tussen de ingeroepen merken en het bestreden teken en door te oordelen dat de totaalindraken van de merken verschillen, daar er wel degelijk overeenstemming is;
 - de vergelijking tussen de tekens moet in hun geheel plaatsvinden, en het is verkeerd, zoals het Bureau ten onrechte doet, om bepaalde elementen in de vergelijking weg te laten omdat zij bijvoorbeeld (qua compositie) kleiner zijn weergegeven of omdat de elementen niet onderscheidend zijn;
 - ten onrechte oordeelt het Bureau dat voor het bestreden teken het wordelement "ZOMOOI" verwaarloosbaar is, althans kent het Bureau in de vergelijking onvoldoende gewicht toe aan dat element en dat het gebruik van de cirkel in het bestreden teken een relevant verschil tussen de ingeroepen merken en het bestreden teken oplevert;

9. L'opposition formée par la requérante auprès de l'Office repose sur le risque de confusion visé aux articles 2.14, alinéa 1^{er}, 2.14, alinéa 2, sous a, et 2.2ter, alinéa 1^{er}, sous b, CBPI.
10. L'opposition de la requérante repose sur les marques antérieures suivantes, et ce, pour tous leurs produits et services :
 - La marque de l'Union européenne 18054483, à savoir la marque verbale MOOOI, introduite le 24 avril 2019 et enregistrée le 3 octobre 2019 pour des produits et services des classes 3, 9, 11, 14, 20, 21, 24, 25, 27 et 42 ;
 - La marque de l'Union européenne 13967393, à savoir la marque verbale/figurative combinée

m o o o i

introduite le 21 avril 2015 et enregistrée le 26 août 2015 pour des produits des classes 3, 11, 20, 21, 24 et 27.

11. L'opposition a été formée contre tous les produits de la demande contestée.
12. La décision contestée a été basée sur le motif selon lequel les marques concernées diffèrent suffisamment dans leur impression d'ensemble. La décision considère, en résumé, que le public ne croira pas que les produits proviennent de la même entreprise ou d'entreprises économiquement liées, pas même dans le cas de produits identiques ou similaires. Par conséquent, il n'a plus été procédé, dans la décision contestée, à une comparaison des produits et services.

L'argumentation devant la Cour de Justice Benelux

Argumentation de la requérante

13. L'argumentation de la requérante peut être résumée comme suit :
 - il est question d'une violation par l'Office de l'article 2.2ter, alinéa 1^{er}, sous b, CBPI en concluant qu'il y a pas de similitude suffisante entre les marques invoquées et le signe contesté, et en concluant que les impressions d'ensemble des marques diffèrent, alors qu'il est y a bien similitude
 - c'est dans leur ensemble que les signes doivent être comparés, et il est incorrect, comme l'Office le fait à tort, d'omettre certains éléments dans la comparaison parce que ces derniers sont par exemple reproduits à plus petite échelle (en termes de composition) ou parce que les éléments ne sont pas distinctifs ;
 - l'Office conclut à tort que, pour le signe contesté, l'élément verbal « ZOMOOI » est négligeable, ou du moins l'Office n'accorde pas un poids suffisant à cet élément dans la comparaison, et que l'usage du cercle dans le signe contesté produit une différence pertinente entre les marques invoquées et le signe contesté ;

- het wordelement "ZOMOOI" in het bestreden teken is (ook visueel) niet verwaarloosbaar; immers heeft het publiek meer aandacht voor de woordbestanddelen dan voor de beeldelementen;
- dat wordelement ZOMOOI is niet uitsluitend beschrijvend, is prominent en duidelijk leesbaar weergegeven in het teken en krijgt meer importantie doordat het relevante publiek het zal opvatten als nadere aanduiding van de erboven geplaatste letters ZM;
- de ingeroepen merken zijn inherent onderscheidend voor de waren en diensten waar de ingeroepen merken voor zijn ingeschreven, hetgeen alleen al volgt uit het feit dat de merken zijn ingeschreven door het EUIPO;
- door gebruik hebben de ingeroepen merken een sterk onderscheidend vermogen verkregen;
- de merken stemmen in visueel opzicht overeen en in auditief en begripsmatig opzicht in hoge mate overeen;
- de waren waarvoor het teken is aangevraagd en de ingeroepen merken zijn ingeschreven zijn deels identiek en deels overeenstemmend; er is sprake van verwarringsgevaar tussen de ingeroepen merken en het bestreden teken.

14. In haar schriftelijke repliek op het verweerschrift van verweerder haalt verzoekster bijkomend, samengevat, het volgende aan :

- de door verweerder aangehaalde afkorting van het bestreden teken, "ZM", is een bestanddeel dat als afkorting zal worden gepercipieerd en dat, al dan niet in combinatie met een eenvoudige cirkel, niet als het dominante deel van het teken beschouwd zal worden;
- die afkorting zal door het publiek niet separaat worden uitgesproken;
- derhalve blijft gelden dat sprake is van een hoge mate van overeenstemming tussen beide merken en van verwarringsgevaar.

Argumentatie van verweerder

15. De argumentatie van verweerder kan als volgt samengevat worden :

- de ingeroepen merken hebben geen sterk onderscheidend vermogen; wat verzoekster aanvoert inzake producties, de gebruiksintensiteit van de ingeroepen merken, hun marktaandeel, de geografische omvang van het merkgebruik en de marketinginvesteringen, is onvoldoende om aan te nemen dat de ingeroepen merken bekend zijn in de zin van artikel 2.20 (2)(c) van het BVIE of dat de ingeroepen merken een sterk onderscheidend vermogen hebben gekregen. Uit al die gegevens blijkt niet dat de ingeroepen merken bekend zijn bij een aannemelijk deel van het relevante publiek;
- ook blijkt niet dat de ingeroepen merken als gevolg van het gebruik of de marketinginvesteringen door het relevante publiek worden opgevat als een aanduiding van de commerciële herkomst van de betrokken waren en diensten en niet als een beschrijvende aanduiding. Ook de grootte van het marktaandeel van verzoekster draagt daar niet aan bij;

- l'élément verbal « ZOMOOI » dans le signe contesté n'est pas négligeable (également sur le plan visuel) ; en effet, le public accorde davantage d'attention aux éléments verbaux qu'aux éléments figuratifs ;
- cet élément verbal « ZOMOOI » n'est pas exclusivement descriptif, est représenté de manière prépondérante et clairement lisible dans le signe, et se voit accorder davantage d'importance du fait que le public pertinent le percevra comme une spécification des lettres ZM placées dans la partie supérieure ;
- les marques invoquées sont intrinsèquement distinctives pour les produits et services pour lesquels les marques invoquées ont été enregistrées, ce qui découle du simple fait que les marques ont été enregistrées par l'EUIPO ;
- par un usage, les marques invoquées ont acquis un caractère distinctif fort ;
- les marques sont similaires sur le plan visuel et fortement similaires sur les plans auditif et conceptuel ;
- les produits pour lesquels le signe a été demandé et les marques invoquées ont été enregistrées sont en partie identiques et en partie similaires ; il est question d'un risque de confusion entre les marques invoquées et le signe contesté.

14. Dans sa réplique en réaction au mémoire en défense du défendeur, la requérante ajoute en résumé ce qui suit :

- citée par le défendeur, l'abréviation du signe contesté, « ZM », est un élément qui sera perçu comme une abréviation et qui, associé ou non à un simple cercle, ne sera pas considéré comme l'élément dominant du signe ;
- cette abréviation ne sera pas prononcée séparément par le public ;
- par conséquent, il reste question d'un degré élevé de similitude entre les deux marques et d'un risque de confusion.

Argumentation du défendeur

15. L'argumentation du défendeur peut être résumée comme suit :

- les marques invoquées n'ont aucun caractère distinctif fort ; ce que la requérante fait valoir concernant les pièces, l'intensité d'usage des marques invoquées, leur part de marché, l'étendue géographique de l'usage et les investissements en marketing ne suffit pas pour admettre que les marques invoquées sont connues au sens de l'article 2.20 (2)(c) CBPI ou que les marques invoquées ont acquis un caractère distinctif fort. Il ne ressort pas de toutes ces données que les marques invoquées sont connues d'une partie satisfaisante du public pertinent ;
- il n'apparaît pas non plus que les marques invoquées, du fait de l'usage ou des investissements en marketing, sont perçues par le public pertinent comme une indication de l'origine commerciale des produits et services concernés et non comme une indication descriptive. La taille de la part de marché de la requérante n'y contribue pas non plus ;

- de totaalindruk van de beide merken leidt tot de vaststelling dat er geen overeenstemming is; de visuele, auditieve en begripsmatige vergelijking ervan leidt telkens voor de daaruit voortvloeiende globale beoordeling van het verwarringsgevaar tot de conclusie van een gebrek aan dergelijke overeenstemming;
- voor de visuele vergelijking wordt door verzoekster voorbij gegaan aan het opvallende en onderscheidende element ZM; de ingeroepen merken en het teken hebben een verschillend aantal letters; die van verzoekster bevatten ook geen grafisch element; de plaatsing van de letter O in de merken en het teken leidt wegens het verschil in plaatsing niet tot visuele overeenstemming;
- voor de fonetische vergelijking stelt verzoekster ten onrechte dat bij het teken door het element "ZO" de nadruk ligt op de O-klank; het publiek zal niet voorbij gaan aan het dominante en onderscheidende element "ZM"; bij de ingeroepen merken ligt de nadruk wel op de O-klank;
- het is niet juist dat het publiek deze afkorting ZM niet zal uitspreken; het publiek zal juist eerder de afkorting ZM uitspreken dan het beschrijvende element ZoMooi;
- MOOOI heeft geen betekenis; slechts met veel omhalen en doordenken kunnen de ingeroepen merken gezien worden als een overtreffende trap van het woord "mooi", welke gedachte het publiek niet zal hebben; ZOMOOI in het teken is beschrijvend en is wel een overtreffende trap van het woord MOOI;
- hoewel een deel van de waren waarvoor de ingeroepen merken zijn ingeschreven en het teken is aangevraagd identiek dan wel soortgelijk zijn, geldt dit niet voor het bestreden teken en de ingeroepen merken;
- het standpunt van verzoekster dat het element "ZoMooi" in het bestreden teken minstens eenzelfde mate aan onderscheidend vermogen bevat als het element "ZM" is onjuist;
- het aandachtsniveau van het in aanmerking komend publiek is hoger dan gemiddeld; de bedoelde waren en diensten van verzoekster worden met veel aandacht en zorg gekozen en behoren niet tot dagelijks aan te schaffen waren en/of diensten; bij aankoop zal het relevante publiek op het merk van die waren en/of diensten letten; er zal dan ook niet een directe relatie gelegd worden tussen beide merken door de duidelijke verschillen tussen de ingeroepen merken en het teken;
- er bestaat geen gevaar voor verwarring daar de ingeroepen merken en het teken niet overeenstemmen, waardoor een eventuele overeenstemming tussen de waren niet ter zake doet;

16. In zijn dupliek haalt verweerder nog bijkomend aan dat

- het element "ZM" in het bestreden merk onder meer door de plaatsing en grootte van dit element in een vette zwarte cirkel, ten opzichte van het element "ZOMOOI" een centrale positie in het merk heeft;

- l'impression d'ensemble produite par les deux marques amène à constater qu'il n'y a aucune similitude ; leur comparaison visuelle, auditive et conceptuelle permet, toujours aux fins de l'appréciation globale en résultant du risque de confusion, de conclure à l'absence d'une telle similitude ;
- pour la comparaison visuelle, la requérante ignore l'élément ostensible et distinctif ZM ; les marques invoquées et le signe n'ont pas le même nombre de lettres ; les marques de la requérante ne contiennent pas non plus d'élément graphique ; la lettre O n'étant pas placée au même endroit dans les marques et dans le signe, elle ne donne pas lieu à une similitude visuelle ;
- pour la comparaison phonétique, la requérante affirme à tort que, dans le signe, l'accent est mis sur le son O en raison de l'élément « ZO » ; l'élément dominant et distinctif « ZM » ne passera pas inaperçu auprès du public ; dans les marques invoquées, l'accent est bien mis sur le son O ;
- il n'est pas vrai que le public ne prononcera pas cette abréviation ZM ; le public est justement plus susceptible de prononcer l'abréviation ZM que l'élément descriptif ZoMooi ;
- MOOOI n'a aucune signification ; ce n'est qu'avec beaucoup de circonlocutions et de réflexions que les marques invoquées peuvent être perçues comme un superlatif du mot « mooi », une idée que le public n'aura pas ; ZOMOOI est descriptif dans le signe et est bien un superlatif du mot MOOI ;
- bien qu'une partie des produits pour lesquels les marques invoquées ont été enregistrées et le signe a été demandé soient identiques ou similaires, il n'en va pas de même pour le signe contesté et les marques invoquées ;
- le point de vue de la requérante selon lequel l'élément « ZoMooi » dans le signe contesté présente au moins le même degré de distinctivité que l'élément « ZM » est erroné ;
- le niveau d'attention du public entrant en considération est supérieur à la moyenne ; les produits et services visés de la requérante sont choisis avec beaucoup d'attention et de soin et ne font pas partie des produits et/ou services à acheter quotidiennement ; lors de l'achat, le public pertinent prêter attention à la marque de ces produits et/ou services ; aucun rapport direct ne sera dès lors établi entre les deux marques en raison des différences évidentes entre les marques invoquées et le signe ;
- il n'y a aucun risque de confusion vu que les marques invoquées et le signe ne sont pas similaires, raison pour laquelle une éventuelle similitude entre les produits n'est pas pertinente ;

16. Dans sa duplique, le défendeur ajoute encore ce qui suit :

- l'élément « ZM » dans le signe contesté occupe, notamment en raison de la position et de la taille de cet élément dans un cercle noir gras, une position centrale dans la marque par rapport à l'élément « ZOMOOI » ;

Beoordeling door het hof

Ontvankelijkheid van het verzoekschrift in hoger beroep

17. Het beroep is tijdig is ingesteld en voldoet aan de vormvoorschriften zodat het beroep van verzoekster ontvankelijk is.

Gegrontheid van het hoger beroep

18. Verzoekster voert vooreerst aan dat de ingeroepen merken door gebruik een sterk onderscheidend vermogen hebben verkregen en zelfs bekend zijn in de zin van artikel 2.20, lid 2, sub c BVIE en dat dit aspect niet is meegewogen in de bestreden beslissing van het Bureau.
19. Verzoekster stelt verder dat het Bureau met de bestreden beslissing artikel 2.2ter, lid1, sub b BVIE heeft geschonden door ten onrechte te beslissen dat het bestreden teken niet overeenstemt met de ingeroepen merken en dat het Bureau ten onrechte vervolgens het al dan niet bestaan van een gevaar voor verwarring bij het publiek niet meer heeft onderzocht vanuit de vraag naar de vergelijking voor waren of diensten waarvoor zulks het geval zou zijn.
20. Bij een oppositie (in tegenstelling tot een vordering wegens inbreuk) moet worden onderzocht of er gevaar van verwarring met het oudere merk van de opposant bestaat in alle omstandigheden waarin het aangevraagde merk kan worden gebruikt (HvJEU 12 juni 2008, O2/Hutchison, C-533/06, ECLI:EU:C:2008:339, ov. 66 en 67). Bij de beoordeling of een teken en een ouder merk dermate overeenstemmen dat zij bij het relevante publiek direct of indirect verwarring kunnen stichten met betrekking tot de betrokken waren en/of diensten, gaat het om de waarschijnlijkheid dat het publiek kan geloven dat de betrokken waren of diensten afkomstig zijn van dezelfde onderneming of, in voorkomend geval, van economisch verbonden ondernemingen. Het verwarringsgevaar moet globaal worden beoordeeld in het licht van de totaalindruk die het teken en het oudere merk bij het relevante publiek wekken, rekening houdend met de relevante omstandigheden van het geval, in het bijzonder de mate van overeenstemming van de conflicterende tekens en de gelijkheid of overeenstemming van de betrokken waren of diensten, de mate van bekendheid van het oudere merk en de mate van onderscheidingskracht – intrinsiek of verkregen door gebruik – van het oudere merk. Er moet een reëel gevaar van verwarring bestaan bij een gemiddeld geïnformeerde, omzichtige en oplettende consument van de betrokken waren of diensten. Een zekere mate van overeenstemming tussen het teken en het merk en een zekere mate van overeenstemming tussen de waren of diensten zijn cumulatieve voorwaarden (HvJEU 8 mei 2014, Bimbo/BHIM, C-591/12 P, ECLI:EU:C:2014:305, ov. 19 e.v.; HvJEU 4 maart 2020, EUIPO/Equivalenza, C-328/18 P, ECLI:EU:C:2020:156, ov. 57 e.v. en de daar aangehaalde rechtspraak).
21. Deze globale beoordeling veronderstelt een zekere onderlinge samenhang tussen de in aanmerking te nemen factoren, met name tussen de overeenstemming van het oudere merk en het teken en de overeenstemming van de waren of diensten waarop zij betrekking hebben. Zo kan een geringe mate van overeenstemming van de betrokken waren of diensten worden gecompenseerd door een hoge mate van overeenstemming tussen de merken, en omgekeerd (HvJEU 22 juni 1999, Lloyd Schuhfabrik Meyer/Klijsen Handel, C-342/97, ECLI:EU:C:1999:323, ov. 19). De globale beoordeling van de visuele, auditieve of begripsmatige gelijkenis tussen een teken en een ouder merk, dient te

Appréciation par la Cour

Recevabilité de la requête en appel

17. Le recours de la requérante a été introduit à temps et conformément aux formalités, si bien qu'il est recevable.

Bien-fondé du recours

18. La requérante fait tout d'abord valoir que les marques invoquées ont acquis un caractère distinctif fort par l'usage et sont même connues au sens de l'article 2.20, alinéa 2, sous c, CBPI, et que cet aspect n'a pas été pris en compte dans la décision contestée de l'Office.
19. La requérante ajoute que l'Office, par la décision contestée, a violé l'article 2.2ter, alinéa 1^{er}, sous b, CBPI en concluant à tort que le signe contesté n'est pas similaire aux marques invoquées, et que l'Office a ensuite eu tort de ne plus examiner l'éventuelle existence d'un risque de confusion dans l'esprit du public sur la base de la comparaison de produits ou services pour lesquels ce serait le cas.
20. Dans une opposition (contrairement à une action en contrefaçon), il convient de vérifier s'il existe un risque de confusion avec la marque antérieure de l'opposant dans toutes les circonstances dans lesquelles la marque demandée serait susceptible d'être utilisée (CJUE 12 juin 2008, O2/Hutchison, C-533/06, ECLI:EU:C:2008:339, considérants 66 et 67). Pour apprécier si un signe et une marque antérieure sont à ce point similaires qu'ils sont susceptibles de créer une confusion directe ou indirecte dans l'esprit du public pertinent des produits et/ou des services en cause, à savoir le risque que le public puisse croire que les produits ou les services en cause émanent de la même entreprise ou, le cas échéant, d'entreprises économiquement liées, le risque de confusion doit être apprécié globalement en fonction de l'impression d'ensemble que le signe et la marque antérieure laissent dans la mémoire du public pertinent, compte tenu des circonstances pertinentes de l'espèce, notamment le degré de similitude des signes en conflit et de similitude des produits ou services en cause, le degré de notoriété de la marque antérieure et le degré de caractère distinctif – intrinsèque ou acquis par l'usage – de la marque antérieure. Il doit y avoir un risque réel de confusion dans l'esprit d'un consommateur moyen des produits ou services concernés, normalement informé et raisonnablement attentif et avisé. Un certain degré de similitude entre le signe et la marque, et un certain degré de similitude entre les produits ou services sont des conditions cumulatives (CJUE 8 mai 2014, Bimbo/BHIM, C-591/12 P, ECLI:EU:C:2014:305, considérants 19 et s.; CJUE 4 mars 2020, EUIPO/Equivalenza, C-328/18 P, ECLI:EU:C:2020:156, considérants 57 et s., ainsi que la jurisprudence y étant citée).
21. Cette appréciation globale implique une certaine interdépendance entre les facteurs pris en compte, et notamment la similitude de la marque antérieure et du signe et la similitude des produits ou services couverts. Ainsi, un faible degré de similitude entre les produits ou services couverts peut être compensé par un degré élevé de similitude entre les marques, et inversement (CJUE 22 juin 1999, Lloyd Schuhfabrik Meyer/Klijsen Handel, C-342/97, ECLI:EU:C:1999:323, considérant 19). L'appréciation globale de la similitude visuelle, auditive ou conceptuelle d'un signe et d'une marque antérieure doit se fonder sur l'impression d'ensemble produite par ceux-ci, en tenant compte, en particulier, de

berusten op de totaalindruk die deze oproepen, waarbij in het bijzonder rekening dient te worden gehouden met hun onderscheidende en dominerende bestanddelen. Bij deze beoordeling speelt de perceptie van het teken en het merk door de gemiddelde consument van de betrokken waren of diensten een doorslaggevende rol. In dit verband neemt de gemiddelde consument een merk gewoonlijk als een geheel waar en let hij niet op de verschillende details ervan. Het feit dat het teken en het merk in hun geheel moeten worden beoordeeld, sluit niet uit dat de totaalindruk die een samengesteld teken of merk bij het relevante publiek achterlaat, in bepaalde omstandigheden kan worden gedomineerd door een of meerdere bestanddelen ervan (GEU 13 december 2011, Meica/BHIM (Schinken King), T-61/09, ECLI:EU:T:2011:733, ov. 46; HvJEU 12 juni 2007, BHIM/Shaker, C-334/05 P, ECLI:EU:C:2007:333, ov. 41; HvJEU 6 oktober 2005, Medion/Thomson, C-120/04, ECLI:EU:C:2005:594, ov. 29). De mate van overeenstemming tussen een teken en een merk moet objectief worden beoordeeld, zonder rekening te houden met de omstandigheden waaronder de betrokken waren in de handel worden gebracht. Het zijn de intrinsieke kwaliteiten van de conflicterende tekens die van belang zijn (EUIPO/Equivalenza, reeds aangehaald, ov. 71-73).

Het relevante publiek en het aandachtsniveau

22. In beginsel vormt de gemiddelde consument van de betrokken waren of diensten, die normaal geïnformeerd en redelijk omzichtig is, het relevante publiek (HvJEU 18 juni 2002, Philips/Remington, C-299/99, ECLI:EU:C:2002:377, ov. 63). In het kader van een oppositie moet, voor zover in casu van belang, het publiek worden onderzocht dat normaliter de waren en/of diensten afneemt waarvoor het teken is aangevraagd en het oudere merk is geregistreerd, en dus niet de waren en diensten waarvoor, noch de wijze waarop het teken en het oudere merk daadwerkelijk worden gebruikt of (waarschijnlijk) in de toekomst zullen worden gebruikt (O2/Hutchison, ov. 66 en 67; HvJEU 15 maart 2007, T.I.M.E. Art/BHIM, C-171/06 P, ECLI:EU:C:2007:171, ov. 59). Het aandachtsniveau van de gemiddelde consument kan variëren naar gelang van de soort waren of diensten waarom het gaat (Lloyd Schuhfabrik Meyer/Klijnsen Handel, reeds aangehaald, ov. 26).
23. Verzoekster voert aan dat het aandachtsniveau van het relevante publiek voor de betrokken waren en diensten normaal is. Alle waren zijn gericht op het grote publiek met een normaal aandachtsniveau.
24. Verweerder stelt dat het aandachtsniveau van het relevante publiek hoger dan gemiddeld is onder meer omdat het gaat om waren die met zorg worden gekozen, onder meer passend moeten zijn in het al bestaande interieur, en die niet dagelijks aangeschaft worden.
25. De relevante waren van zowel de ingeroepen merken als het bestreden teken houden met name verband met de inrichting van ruimtes en betreffen zowel (elektrische) verlichting en andere elektrische apparaten als meubelen en aanverwante waren. Voorts betreft het, kort gezegd, juwelen en kledingstukken. Het teken is daarnaast nog aangevraagd voor leder en kunstleder en aanverwante producten in klasse 18 (zie hierna).
26. Indien het relevante publiek bestaat uit verschillende categorieën consumenten met verschillende aandachtsniveaus, dient het publiek met het laagste aandachtsniveau het uitgangspunt te zijn.

leurs éléments distinctifs et dominants. Dans cette appréciation, la perception du signe et de la marque par le consommateur moyen des produits ou services en cause joue un rôle déterminant. À cet égard, le consommateur moyen perçoit normalement une marque comme un tout et ne se livre pas à un examen de ses différents détails. Le fait que le signe et la marque doivent être examinés dans leur ensemble n'exclut pas que l'impression d'ensemble qu'un signe ou une marque complexe laisse dans la mémoire du public pertinent puisse, dans certaines circonstances, être dominée par un ou plusieurs de ses éléments (TUE 13 décembre 2011, Meica/BHIM (Schinken King), T-61/09, ECLI:EU:T:2011:733, considérant 46 ; CJUE 12 juin 2007, BHIM/Shaker, C-334/05 P, ECLI:EU:C:2007:333, considérant 41 ; CJUE 6 octobre 2005, Medion/Thomson, C-120/04, ECLI:EU:C:2005:594, considérant 29). Le degré de similitude entre un signe et une marque doit être apprécié objectivement, sans tenir compte des conditions de commercialisation des produits en cause. Ce sont les qualités intrinsèques des signes en conflit qui importent (EUIPO/Equivalenza, précité, considérants 71-73).

Le public pertinent et le niveau d'attention

22. En principe, le consommateur moyen des produits ou services en cause, normalement informé et raisonnablement attentif, constitue le public pertinent (CJUE 18 juin 2002, Philips/Remington, C-299/99, ECLI:EU:C:2002:377, considérant 63). Dans le contexte d'une opposition, il est nécessaire d'examiner, dans la mesure où cela est pertinent en l'espèce, le public qui acquiert habituellement les produits et/ou services pour lesquels le signe a été demandé et la marque antérieure enregistrée, et donc ni les produits et services pour lesquels ni la manière dont le signe et la marque antérieure sont effectivement utilisés ou seront (probablement) utilisés dans l'avenir (O2/Hutchison, considérants 66 et 67 ; CJUE 15 mars 2007, T.I.M.E. Art/BHIM, C-171/06 P, ECLI:EU:C:2007:171, considérant 59). Le niveau d'attention du consommateur moyen est susceptible de varier en fonction du type de produits ou de services concernés (Lloyd Schuhfabrik Meyer/Klijnsen Handel, précité, considérant 26).
23. La requérante fait valoir que le niveau d'attention du public pertinent pour les produits et services concernés est normal. Tous les produits s'adressent au grand public avec un niveau d'attention normal.
24. Le défendeur indique que le niveau d'attention du public pertinent est supérieur à la moyenne, notamment parce qu'il s'agit de produits qui sont choisis avec soin, qui doivent entre autres être assortis à l'intérieur déjà existant, et qui ne sont pas achetés quotidiennement.
25. Les produits pertinents tant des marques invoquées que du signe contesté sont notamment liés à l'aménagement d'espaces et concernent aussi bien l'éclairage (électrique) et d'autres appareils électriques que le mobilier et d'autres produits apparentés. Il s'agit également, en résumé, de bijoux et vêtements. Le signe a en outre encore été demandé pour du cuir, du similicuir et des produits apparentés de la classe 18 (voir ci-après).
26. Si le public pertinent est composé de différentes catégories de consommateurs ayant des niveaux d'attention différents, le public ayant le niveau d'attention le plus faible doit être le point de départ.

27. De betrokken waren zijn bestemd voor het algemene publiek dat bij de aanschaf daarvan in het algemeen een normaal gemiddeld aandachtsniveau heeft. Wellicht heeft (een deel van) het publiek bij de aanschaf van duurdere meubels, verlichting, elektrische apparaten, juwelen en kleding een hoger aandachtsniveau, maar nu het laagste aandachtsniveau bepalend is, gaat het hof ervan uit dat het aandachtsniveau van het relevante publiek normaal gemiddeld is

Al dan niet overeenstemming tussen de ingeroepen merken en het bestreden teken

28. Vervolgens moet beoordeeld worden of het bestreden teken met de ingeroepen merken overeenstemt. Daarbij moet uitgegaan worden van de totaalindruk die door de intrinsieke kwaliteiten van de ingeroepen merken en het bestreden teken wordt opgeroepen bij het relevante publiek, waarbij rekening wordt gehouden met de onderscheidende en dominante bestanddelen. Omstandigheden zoals de mate van bekendheid en onderscheidend vermogen van het merk en de omstandigheden waaronder de waren onder merk en teken in het algemeen worden aangeboden, moeten pas bij de globale beoordeling van het verwarringsgevaar in aanmerking worden genomen.
29. Bij de beoordeling van de visuele, fonetische of begripsmatige overeenstemming tussen de ingeroepen merken en het bestreden teken moet onder meer rekening worden gehouden met de onderscheidingskracht van de samenstellende bestanddelen van de ingeroepen merken en het bestreden teken. In dit verband dient erop te worden gewezen dat de beschrijvende, niet-onderscheidende of zwak onderscheidende bestanddelen van een samengesteld teken/merk, over het algemeen een beperkter gewicht hebben in de analyse van de overeenstemming tussen het teken en het merk dan bestanddelen met een zeer ruime onderscheidingskracht, die bovendien beter in staat zijn om te domineren in de door dit teken/merk opgeroepen totaalindruk (GEU 8 juli 2020, Pablosky/EUIPO (Easystep), T-21/19, ECLI:EU:T:2020:310, ov. 42).

Visuele overeenstemming

30. De oudere merken zijn enerzijds een woordmerk en anderzijds een woord-/beeldmerk, bestaan uit het wordelement "MOOOI" , geschreven, wat dit laatste woord-/beeldmerk betreft, in een "rond", zwart, lettertype. Ze bestaan uit 5 letters.
31. Het bestreden teken is een gecombineerd woord-/beeldmerk. Het heeft een zwarte cirkel met daarin de letters "ZM" waarbij de "M" de "Z" raakt, doch halverwege naar beneden is geplaatst. Eronder is het wordelement "ZOMOOI" toegevoegd, zijnde de samenvoeging van de woorden "zo" en "mooi", aan elkaar geschreven, en dit met in totaal wat dat element betreft, 6 letters.
32. Verweerder hecht, wat de al dan niet visuele overeenstemming tussen de ingeroepen merken en het bestreden teken betreft, een groter belang aan het element gevormd door de letters "ZM" en de zwarte cirkel. Hij stelt dat het gaat om een opvallend en onderscheidend element "ZM".
33. Het hof volgt verweerder daarin niet. Dit element is niet in die mate doorslaggevend bij het zien van het bestreden teken dat de nadruk visueel wordt bepaald door dit element. Het betreft geen apart te beschouwen dominant bestanddeel van het merk dat los is te zien van het eronder aangebracht wordelement "ZOMOOI", waarvan ZM de afkorting

27. Les produits concernés sont destinés au public général, lequel a un niveau d'attention normalement moyen lors de leur achat. Lors de l'achat de meubles, d'articles d'éclairage, d'appareils électriques, de bijoux et de vêtements plus onéreux, (une partie de) ce public a peut-être un niveau d'attention plus élevé, mais vu que le niveau d'attention le plus faible est le point de départ, la Cour part du principe que le niveau d'attention du public pertinent est normalement moyen.

Similitude entre les marques invoquées et le signe contesté

28. Il convient ensuite d'apprécier si le signe contesté est similaire aux marques invoquées. Dans ce cadre, il faut partir de l'impression d'ensemble produite auprès du public pertinent par les qualités intrinsèques des marques invoquées et du signe contesté, en tenant compte des éléments distinctifs et dominants. Des éléments tels que le degré de notoriété et le caractère distinctif de la marque, ainsi que les circonstances dans lesquelles les produits sont en général proposés sous la marque et le signe, ne doivent être prises en considération que lors de l'appréciation globale du risque de confusion.
29. Lors de l'appréciation de la similitude visuelle, phonétique ou conceptuelle entre les marques invoquées et le signe contesté, il convient de tenir compte, entre autres, du caractère distinctif des éléments constitutifs des marques invoquées et du signe contesté. À cet égard, il est important de relever que les éléments descriptifs, non distinctifs ou faiblement distinctifs d'un signe/d'une marque complexe ont généralement moins de poids dans l'analyse de la similitude entre le signe et la marque que les éléments à très fort caractère distinctif, qui sont en outre mieux à même de dominer dans l'impression d'ensemble produite par le signe/la marque (TUE 8 juillet 2020, Pablosky/EUIPO (Easystep), T-21/19, ECLI:EU:T:2020:310, considérant 42).

Similitude visuelle

30. Les marques antérieures sont d'une part une marque verbale et d'autre part une marque verbale/figurative, lesquelles se composent de l'élément verbal « MOOOI », qui compte 5 lettres et est écrit, pour ce qui est de la marque verbale/figurative, dans une police « ronde » et noire.
31. Le signe contesté est une marque verbale/figurative combinée. Il comporte un cercle noir contenant les lettres « ZM », le « M » touchant le « Z » mais se trouvant plus bas. Comptant au total 6 lettres, l'élément verbal « ZOMOOI », qui réunit les mots « zo » et « mooi », a été ajouté dans la partie inférieure.
32. Le défendeur accorde, concernant l'éventuelle similitude visuelle entre les marques invoquées et le signe contesté, davantage d'importance à l'élément formé par les lettres « ZM » et le cercle noir. Il considère cet élément comme ostensible et distinctif.
33. La Cour ne partage pas ce point de vue du défendeur. À la vue du signe contesté, cet élément n'est pas d'une importance telle qu'il définit l'impression visuelle. Il ne s'agit pas d'un élément dominant à considérer séparément et à dissocier de la partie inférieure, à savoir l'élément verbal « ZOMOOI », dont ZM est l'abréviation. Il ne s'agit pas d'un élément qui a acquis une position centrale dans le signe et auquel, à la vue du

is.. Het gaat niet om een element dat een centrale positie in het teken verworven heeft, waaraan een groter gewicht zou moeten worden toegekend bij het zien van het teken dan aan het eronder aangebrachte wordelement "ZOMOOI" Bij samengestelde tekens zoals het bestreden teken heeft het wordelement eerder een grotere impact op de consument dan het beeldelement. Het publiek verwijst eerder naar het teken door gebruik te maken van het wordelement. De aandacht van het publiek zal bij beschouwing van het bestreden teken naar het oordeel van het hof evenzeer uitgaan naar het woord "ZOMOOI, dat dan ook even bepalend is voor de totaalindruk van het teken als de cirkel met de letters ZM.

34. Voorts acht het hof bij de visuele vergelijking van de ingeroepen merken met het bestreden teken het gegeven dat beide 3 maal het gebruik van de letter "O" inhouden van belang.
35. Gelet op het voorgaande concludeert het hof dat de ingeroepen merken, die slechts bestaan uit het woord MOOOI en het bestreden teken visueel in gemiddelde mate overeenstemmen.

Fonetische overeenstemming

36. De ingeroepen merken bevatten het wordelement "MOOOI", zijnde één wordelement. Het bestreden teken bevat het wordelement ZOMOOI, waarvan het woord "MOOI" onderdeel uitmaakt, welk woord met 2 x de letter "O", in plaats van 3 maal, zoals in de ingeroepen merken, is geschreven. Bij uitspraak van het woord "MOOOI" en het woord "MOOI" door het relevante publiek bestaat evenwel geen relevant onderscheid.
37. Verweerder voert aan dat de toevoeging van het element "ZO" in het bestreden merk, samen genomen met het onderscheidend element "ZM" leidt tot de vaststelling dat de nadruk ligt op het element "ZO" en de lettercombinatie "ZM" zodat een duidelijk fonetisch verschil bestaat tussen de ingeroepen merken en het bestreden merk.
38. Het hof kan verweerder daarin niet volgen. Het is niet waarschijnlijk, zoals verweerder aanhaalt, dat het relevante publiek bij uitspraak een duidelijke nadruk legt op het onderdeel "ZO" in het wordelement "ZOMOOI" van het bestreden teken. Het is evenmin waarschijnlijk dat het relevante publiek bij duiding van het bestreden teken eerder zal refereren aan het wordelement "ZM", dan aan het wordelement "ZOMOOI" daarin. Het wordelement "ZM" bevat immers geen klinkers en kan, althans zal aldus niet als één woord worden uitgesproken, waardoor het naar het oordeel van het hof juist niet het dominante fonetisch element is van het bestreden merk. De verwijzing van verweerder naar andere merken die een afkorting inhouden om dit te staven, is niet ter zake dienend. Bij de door hem aangehaalde merken gaat het om (bekende) merken waarbij ook de afkorting bekend is bij het relevante publiek door gebruik (zijnde "H&M" en "V&D") terwijl door de toevoeging van het teken "&" de uitspraak van de letters voor de hand ligt en waardoor het probleem van het ontbreken van (een) klinker(s) bij het uitspreken wordt opgelost. Voor de overige aangehaalde merken kan bezwaarlijk vol gehouden worden dat zij veeleer bekend zijn door de fonetische uitspraak van de afkorting ervan (zoals "LV" voor "Louis Vuitton", "CC" voor "Coco Chanel" en "GG" voor "Guess").

signe, davantage de poids devrait être accordé qu'à l'élément verbal « ZOMOOI » ajouté dans la partie inférieure. Dans les signes complexes tels que le signe contesté, c'est plutôt l'élément verbal qui a davantage d'impact sur le consommateur que l'élément figuratif. C'est plutôt via l'élément verbal que le public renvoie au signe. Face au signe contesté, l'attention du public ira, de l'avis de la Cour, tout autant vers le mot « ZOMOOI », qui est dès lors tout aussi déterminant, dans l'impression d'ensemble produite par le signe, que le cercle contenant les lettres ZM.

34. En outre, dans le cadre de la comparaison visuelle des marques invoquées avec le signe contesté, la Cour juge important le fait que, dans les deux cas, la lettre « O » est utilisée trois fois.
35. Compte tenu de ce qui précède, la Cour conclut que les marques invoquées, qui ne se composent que du mot MOOOI, sont, sur le plan visuel, moyennement similaires au signe contesté.

Similitude phonétique

36. Les marques invoquées ne se composent que de l'élément verbal « MOOOI ». Le signe contesté comporte l'élément verbal ZOMOOI, dont fait partie le mot « MOOI », qui contient deux fois la lettre « O », et non trois fois comme dans les marques invoquées. Toutefois, il n'y a aucune différence pertinente entre les mots « MOOOI » et « MOOI » lorsqu'ils sont prononcés par le public pertinent.
37. Le défendeur fait valoir que l'ajout de l'élément « ZO » dans le signe contesté, combiné à l'élément distinctif « ZM », amène à constater que l'accent est mis sur l'élément « ZO » et sur la combinaison de lettres « ZM », si bien qu'il y a une nette différence phonétique entre les marques invoquées et le signe contesté.
38. La Cour ne partage pas ce point de vue du défendeur. Contrairement à ce que ce dernier affirme, il est peu probable que le public pertinent, dans sa prononciation, mette clairement l'accent sur l'élément « ZO » dans l'élément verbal « ZOMOOI » du signe contesté. Il est tout aussi peu probable que le public pertinent, pour désigner le signe contesté, utilisera l'élément verbal « ZM » plutôt que l'élément verbal « ZOMOOI ». L'élément verbal « ZM » ne contient en effet aucune voyelle et ne peut donc pas être prononcé comme un mot, ou du moins ne le sera pas, raison pour laquelle, de l'avis de la Cour, il n'est justement pas l'élément phonétique dominant du signe contesté. Le renvoi du défendeur, pour étayer ses propos, à d'autres marques contenant une abréviation n'est pas pertinent. Les marques qu'il a citées sont notamment des marques (connues) dont l'abréviation est également connue du public pertinent par un usage (à savoir « H&M » et « V&D »), alors que par l'ajout du signe « & », la prononciation des lettres va de soi, si bien que le problème posé par l'absence de voyelles lors de la prononciation est résolu. Quant aux autres marques citées, il peut difficilement être soutenu qu'elles sont plutôt connues par la prononciation phonétique de leur abréviation (comme « LV » pour « Louis Vuitton », « CC » pour « Coco Chanel », et « GG » pour « Guess »).

39. Dat bij uitspraak door het relevante publiek de nadruk op het onderdeel en element "ZO" zou komen te liggen, eerder dan dat dit een gelijkmatige uitspraak van beide lettergrepen van het wordelement "ZOMOOI" zou inhouden, acht het hof niet aannemelijk. Dat geldt ook voor de stelling van verweerder dat het wordelement "ZM" eerder apart zou worden uitgesproken als een afkorting dan het wordelement "ZOMOOI" in het bestreden teken (Gerecht EU 13 september 2018, T-418/17, ECLI:EU:T:2018:540; EUIPO Oppositie beslissing 10 januari 2022, No B 3 135 452, p. 4.; EUIPO Oppositie beslissing 6 oktober 2021, No. B 3 130 829 p. 3; Gerecht EU 23 september 2015, T-60/13, ECLI:EU:T:2015:677).
40. Derhalve moet verzoekster gevolgd worden in haar stelling dat minstens bij een deel van het relevante publiek, zo niet al bij het geheel ervan, de toevoeging van het element "ZO" in het onderaan staande wordelement van het bestreden teken een benadrukking van de "O"-klank tot gevolg zal hebben, daar waar fonetisch de ingeroepen merken eveneens een benadrukking van de "O"-klank in zich houden.
41. Bij de beoordeling van de fonetische overeenstemming tussen de ingeroepen merken en het bestreden teken gaat het hof ervan uit dat de fonetische weergave van een woord-/beeldmerk zoals het bestreden teken, eerder overeenstemt met die van de woordbestanddelen ervan, ongeacht de grafische kenmerken van deze bestanddelen. De beoordeling van gemeenschappelijke woordonderdelen is belangrijk voor de fonetische vergelijking van merken. Een gelijksoortige algemene fonetische indruk zal met name afhangen van deze gemeenschappelijke woordonderdelen. Zowel de ingeroepen merken als het bestreden teken bevatten een wordelement verwijzend naar wat in de Nederlandse taal begrepen wordt als het woord "mooi", dat op dezelfde wijze zal worden uitgesproken. Vanuit fonetisch oogpunt verschillen de ingeroepen merken en het bestreden teken wel in lengte en ritme: de ingeroepen merken hebben maar één lettergreep, terwijl het bestreden teken wat het dominerende wordelement "ZOMOOI" betreft, uit twee lettergrepen bestaat, waarbij echter het tweede deel van dat wordelement hetzelfde wordt uitgesproken en dezelfde inhoudelijke betekenis heeft als dat van de ingeroepen merken.
42. Gelet op het voorgaande is het hof van oordeel dat de ingeroepen merken en het bestreden merk fonetisch in gemiddelde mate overeenstemmen.

Begripsmatige overeenstemming

43. Zowel de ingeroepen merken als het bestreden teken bevatten een soortgelijk wordelement, namelijk een wordelement dat begripsmatig verwijst naar het Nederlandstalige woord "mooi", dat een duidelijke betekenis heeft. Dit geldt zowel voor de ingeroepen merken, ook al is het eigenlijke wordelement "MOOI" in de Nederlandse taal geen woord of begrip met enige betekenis op zich, als voor het bestreden teken, dat ook begripsmatig een onderdeel heeft dat verwijst naar het begrip en het Nederlandstalige woord "mooi". Voor het bestreden teken gaat het wegens de toevoeging van het wordelement "ZO", voorafgaand aan "MOOI", in weerwil van hetgeen voorgehouden door verweerder, om een aanduiding die wordt begrepen als (een overtreffende trap van) "mooi". Dat het teken ook voorzien is van een beeldelement en de letters ZM doet niet af aan de begripsmatige overeenstemming tussen de ingeroepen merken en het het teken, dat met name wordt bepaald door het wordelement ZOMOOI

39. La Cour ne juge pas plausible qu'en prononçant l'élément verbal « ZOMOOI », le public pertinent mette l'accent sur l'élément « ZO » plutôt que de prononcer de façon uniforme les deux syllabes. Il en va de même pour l'allégation du défendeur selon laquelle l'élément verbal « ZM » serait plutôt prononcé séparément, comme une abréviation de l'élément verbal « ZOMOOI » du signe contesté (Tribunal UE 13 septembre 2018, T-418/17, ECLI:EU:T:2018:540 ; EUIPO Décision d'opposition 10 janvier 2022, No B 3 135 452, p. 4. ; EUIPO Décision d'opposition 6 octobre 2021, No. B 3 130 829 p. 3 ; Tribunal UE 23 septembre 2015, T-60/13, ECLI:EU:T:2015:677).
40. Il convient par conséquent de se rallier au point de vue de la requérante selon lequel, pour au moins une partie du public pertinent, si pas sa totalité, l'ajout de l'élément « ZO » dans l'élément verbal de la partie inférieure du signe contesté se traduira par une accentuation du son « O », qui, par les règles phonétiques, est également accentué dans les marques invoquées.
41. Pour apprécier la similitude phonétique entre les marques invoquées et le signe contesté, la Cour part du principe que la représentation phonétique d'une marque verbale/figurative telle que le signe contesté correspond plutôt à celle de ses éléments verbaux, indépendamment des caractéristiques graphiques de ces éléments. L'appréciation des éléments verbaux communs est importante pour la comparaison phonétique des marques. Une impression phonétique générale similaire dépendra notamment de ces éléments verbaux communs. Tant les marques invoquées que le signe contesté contiennent un élément verbal renvoyant à ce que, en néerlandais, on entend par le mot « mooi » (beau), qui sera prononcé de la même manière. D'un point de vue phonétique, les marques invoquées et le signe contesté diffèrent bien en leur longueur et leur rythme : les marques invoquées n'ont qu'une syllabe, tandis que le signe contesté, en ce qui concerne l'élément verbal dominant « ZOMOOI », se compose de deux syllabes, la seconde partie de cet élément verbal ayant néanmoins la même prononciation et la même signification sémantique que l'élément verbal des marques invoquées.
42. Compte tenu de ce qui précède, la Cour estime que les marques invoquées et le signe contesté sont moyennement similaires sur le plan phonétique.

Similitude conceptuelle

43. Tant les marques invoquées que le signe contesté contiennent un élément verbal similaire, à savoir un élément verbal qui, sur le plan conceptuel, renvoie au mot néerlandais « mooi », qui a une signification claire. Cela vaut tant pour les marques invoquées, bien qu'en néerlandais, l'élément verbal « MOOOI » ne soit en fait ni un mot ni un concept ayant une signification propre, que pour le signe contesté, qui comporte également, sur le plan conceptuel, un élément renvoyant au concept et au mot néerlandais « mooi ». Pour le signe contesté, l'ajout de l'élément verbal « ZO » avant « MOOI » fait qu'il s'agit, en dépit de ce qui a été indiqué par le défendeur, d'une indication perçue comme (un superlatif de) « mooi ». Le fait que le signe comporte aussi un élément figuratif et les lettres ZM n'enlève rien à la similitude conceptuelle entre les marques invoquées et le signe, qui est notamment défini par l'élément verbal ZOMOOI.

44. Gelet op het voorgaande besluit het hof dat de ingeroepen merken en het bestreden teken begripsmatig sterk overeenstemmen.

Tussenconclusie

45. Aangezien de ingeroepen merken en het bestreden merk visueel en fonetisch in gemiddelde mate overeenstemmen en begripsmatig sterk overeenstemmen, geldt dat de totaalindruk door deze opgeroepen bij het relevante publiek, gelet op het gemiddelde aandachtsniveau, overeenstemt. Derhalve moet worden onderzocht of de aangeboden waren en/of diensten identiek en/of soortgelijk zijn en, zo ja, of er verwarringsgevaar bestaat.

Gelijkheid of overeenstemming van diensten en waren

46. Bij de beoordeling van de gelijkheid of overeenstemming van de betrokken waren en diensten en de vergelijking ervan moet rekening worden gehouden met alle relevante factoren die verband houden met het verband tussen de waren of diensten waarvoor het bestreden teken is gedeponeerd en die waarvoor de ingeroepen merken zijn ingeschreven, zoals hun aard, bestemming en gebruikswijze (in het algemeen) en hun concurrerend of aanvullend karakter. De vraag is of er tussen de te beoordelen waren en/of diensten zodanige punten van verwantschap bestaan dat, gelet op de bestaande handelspraktijken, te verwachten valt dat het relevante publiek aan die soort waren of diensten dezelfde herkomst zal toeschrijven. De waren of diensten zijn in beginsel ook identiek :
- indien het oudere merk is ingeschreven voor waren of diensten die tot een algemene categorie van waren of diensten behoren en de waren en diensten waarvoor het teken is aangevraagd onder die ruimere aanduiding vallen, en
 - indien het teken is aangevraagd voor waren of diensten die tot een algemene categorie van waren of diensten behoren en de waren en diensten waarvoor het oudere merk is ingeschreven onder die ruimere aanduiding vallen
47. De vergelijking heeft betrekking op de volgende (klassen van) waren:

Ingeroepen merken (MOOOI)	Betwiste merkaanvraag (ZOMOOI)
Klasse 11	Klasse 11
Verlichtings-, verwarmings-, stoomopwekkings-, kook-, koel-, vries-, droog-, ventilatie- en waterleidingsapparaten; sanitaire apparaten en installaties; verlichtingsarmaturen; lampen, lampenkappen en verlichting; kroonluchters; baden; douches; sauna-installaties; fornuizen; kookgerei (elektrisch); afzuigkappen; luchtafzuigkappen; kranen; haarden; asladen voor haarden; haardroosters; sierfonteinen	Verlichtings-, verwarmings-, stoomopwekkings-, kook-, koel-, droog-, ventilatie- en waterleidingsapparaten en sanitaire installaties; verlichtingsinstallaties, -apparatuur, -eenheden, -toestellen en -armaturen; lampen; interieurverlichting; lichtobjecten, spots; lampenkappen; lampenkaphouders; decoratieve verlichting; lichtsnoeren voor decoratieve doeleinden; decoratieve feestverlichting; lampions; decoratieve verlichting in de vorm van letters, cijfers en symbolen; elektrische kaarsen;

44. Compte tenu de ce qui précède, la Cour conclut que les marques invoquées et le signe contesté sont fortement similaires sur le plan conceptuel.

Conclusion intermédiaire

45. Vu que les marques invoquées et le signe contesté sont moyennement similaires sur les plans visuel et phonétique et qu'ils sont fortement similaires sur le plan conceptuel, l'impression d'ensemble qu'ils produisent auprès du public pertinent est similaire, compte tenu du niveau d'attention moyen. Par conséquent, il faut examiner si les produits et/ou services proposés sont identiques et/ou similaires et, le cas échéant, s'il y a un risque de confusion.

Identité ou similitude des services et produits

46. Pour apprécier l'identité ou la similitude des produits et services en question et pour les comparer, il convient de tenir compte de tous les facteurs pertinents relatifs à la relation entre les produits ou services pour lesquels le signe contesté a été déposé et ceux pour lesquels les marques invoquées ont été enregistrées, tels que leur nature, leur destination et leur utilisation (en général), ainsi que leur caractère concurrent ou complémentaire. La question est de savoir s'il existe entre les produits et/ou services à évaluer des liens de parenté tels que, compte tenu des pratiques commerciales existantes, il est à prévoir que le public concerné serait en mesure d'attribuer la même origine à ce type de produits ou services. Les produits ou services sont en principe également identiques :

- si la marque antérieure a été enregistrée pour des produits ou des services qui appartiennent à une catégorie générale de produits ou de services, et si les produits et services pour lesquels le signe a été demandé relèvent de cette désignation plus large, et
- si le signe a été demandé pour des produits ou des services qui appartiennent à une catégorie générale de produits ou de services, et si les produits et services pour lesquels la marque antérieure a été enregistrée relèvent de cette désignation plus large.

47. La comparaison porte sur les (classes de) produits qui suivent :

Marques invoquées (MOOOI)	Demande de marque contestée (ZOMOOI)
Classe 11 Équipements d'éclairage, de chauffage, de production de vapeur, de cuisson, de refroidissement, de congélation, de séchage, de ventilation et d'alimentation en eau ; appareils et installations sanitaires ; induits d'éclairage ; lampes, abat-jour et éclairage ; lustres ; baignoires ; douches ; installations de sauna ; cuisinières ; ustensiles de cuisson (électriques) ; hottes d'aération ; hottes d'aération ; robinets ; foyers ; cendriers de foyers ; grilles de foyers ; jets d'eau ornementaux.	Classe 11 Appareils d'éclairage, de chauffage, de production de vapeur, de cuisson, de réfrigération, de séchage, de ventilation, de distribution d'eau et installations sanitaires ; installations, équipements, unités, appareils et luminaires d'éclairage ; ampoules ; éclairage intérieur ; objets lumineux, spots ; abat-jour ; porte-abat-jour ; luminaires décoratifs ; chaînes lumineuses à des fins décoratives ; guirlandes lumineuses pour décoration de fête ; lampions ; lumières décoratives sous forme de lettres, de chiffres et de symboles ; bougies électriques ; pièces détachées pour les produit

<i>(Uniemark 18054483 en Uniemark 13967393)</i>	onderdelen voor voornoemde waren, voor zover begrepen in deze klasse.
<p>Klasse14</p> <p>Edele metalen en hun legeringen; juwelen, bijouerieën, edelstenen; uurwerken en tijdmeetinstrumenten. <i>(Uniemark 18054483)</i></p>	<p>Klasse 14</p> <p>Edele metalen en hun legeringen; juwelierswaren, bijouerieën, edelstenen; uurwerken en tijdmeetinstrumenten; klokken; horloges; sporthorloges; lederen horlogebanden en horlogebanden; sieraden, waaronder kettingen, hangers, armbanden, ringen en oorbellen; broches; sierspelden; juwelendoosjes; sleutelhangers, -bedeltjes en -kettingen; onderdelen voor voornoemde waren, voor zover begrepen in deze klasse.</p>
	<p>Klasse18</p> <p>Leder en kunstleder; dierenhuiden; reiskoffers en koffers; paraplu's, parasols en wandelstokken; zweepen en zadelmakerswaren; tassen, waaronder schoudertassen, draagtassen en handtassen; rugzakken; portemonnees; portefeuilles; toilettassen; make-uptasjes.</p>
<p>Klasse 20</p> <p>Meubelen, spiegels, lijsten; van hout, kurk, riet, bies, teen, hoorn, been, ivoor, balein, schildpad, barnsteen, parelmoer, meerschium, vervangingsmiddelen van al deze stoffen of van plastic vervaardigde beelden, kunstwerken en modellen (voornamelijk van hout, was, gips of plastic) <i>(Uniemark 18054483 en Uniemark 13967393)</i></p>	<p>Klasse 20</p> <p>Meubelen, waaronder tafels, kasten, banken en stoelen; spiegels; lijsten; fotolijsten; wissellijsten; kussens en sierkussens; matrassen; opbergdozen en opbergmanden, niet van metaal; kapstokken; kapstokhaken, niet van metaal; planken (wandmeubelen); kunstvoorwerpen, kunstwerken, beelden, ornamenten en decoraties van materialen zoals hout, was, pleister of plastic, voor zover begrepen in deze klasse; Onderdelen voor voornoemde waren, voor zover begrepen in deze klasse.</p>
<p>Klasse 25</p> <p>Kledingstukken, schoeisel, hoofddekseis; ceintuurs; sjaals; ondergoed. <i>(Uniemark 18054483)</i></p>	<p>Klasse 25</p> <p>Kledingstukken, schoeisel, hoofddekseis; riemen [kleding] en ceintuurs; sjaals en dassen.</p>

<i>(marque de l'Union européenne 18054483 et marque de l'Union européenne 13967393)</i>	susmentionnés, dans la mesure où elles sont incluses dans cette classe.
<p>Classe 14</p> <p>Métaux précieux et leurs alliages ; joaillerie, bijouterie, pierres précieuses ; horlogerie et instruments chronométriques. <i>(marque de l'Union européenne 18054483)</i></p>	<p>Classe 14</p> <p>Métaux précieux et leurs alliages ; joaillerie, bijouterie, pierres précieuses ; horlogerie et instruments chronométriques ; horloges ; chronoscopes ; montres de sport ; bracelets de montre en cuir et bracelets de montre ; bijoux, y compris colliers, pendentifs, bracelets, bagues et boucles d'oreilles ; broches ; épingles de parure ; écrins ; porte-clés, breloques et chaînes ; pièces détachées pour les produits susmentionnés, dans la mesure où elles sont incluses dans cette classe.</p>
	<p>Classe 18</p> <p>Cuir et similicuir ; peaux d'animaux ; malles et sacs de voyage ; parapluies, parasols et cannes ; fouets et sellerie ; sacs, y compris sacs à bandoulière, sacs fourre-tout et sacs à main ; sacs à dos ; porte- monnaie ; portefeuilles ; trousse de toilette ; trousse à maquillage.</p>
<p>Classe 20</p> <p>Meubles, miroirs, cadres ; statues en bois, liège, roseau, osier, corne, os, ivoire, baleine, tortue, ambre, nacre, écume, substituts de tous ces matériaux ou plastique, œuvres d'art et modèles (principalement en bois, cire, plâtre ou plastique). <i>(marque de l'Union européenne 18054483 et marque de l'Union européenne 13967393)</i></p>	<p>Classe 20</p> <p>Meubles, y compris tables, armoires, canapés et chaises ; miroirs ; cadres ; cadres pour photographies ; changer de cadre ; coussins et coussins décoratifs ; matelas ; boîtes de rangement et paniers de rangement non métalliques ; portemanteaux ; crochets de portemanteaux non métalliques ; étagères (unités murales) ; œuvres d'art, statues, ornements et décorations en matériaux tels que le bois, la cire, le plâtre ou le plastique, dans la mesure où ils sont inclus dans cette classe ; pièces détachées pour les produits susmentionnés, dans la mesure où elles sont incluses dans cette classe.</p>
<p>Classe 25</p> <p>Vêtements, chaussures, chapellerie ; ceintures ; châles ; sous-vêtements. <i>(Uniemerk 18054483)</i></p>	<p>Classe 25</p> <p>Vêtements, chaussures, chapellerie ; ceintures [habillement] ; châles et cravates.</p>

48. De ingeroepen merken en het bestreden teken zijn ingeschreven respectievelijk aangevraagd voor wat betreft de klassen 11, 14, 20 en 25 voor identieke, althans zeer overeenstemmende waren. Verweerder heeft niet bestreden dat de waren in klassen 11, 14 en 25 deels identiek zijn en deels ten minste overeenstemmen. Voor zover de waren bedoeld in die klassen waarvoor het teken is aangevraagd uitgebreider zijn en vallen onder de algemene categorie van waren waarvoor het merk is ingeschreven zijn zij identiek. In klasse 11 geldt dat voor alle waren daar het alle elektrische waren voor verlichting betreft. In klasse 14 geldt dat ook voor alle waren daar het gaat om waren voor tijdsaanduiding als te dragen apparaat (horloges) dan wel juwelen. In klasse 20 geldt dat voor alle waren daar het alle meubelen of onderdelen van meubelen of sierstukken te plaatsen in de binnenruimte van gebouwen betreft. In klasse 25 geldt dat ook voor alle waren.
49. Voor zover de oppositie gericht is tegen de waren bedoeld in de klasse 18, "lederwaren", moet onderzocht worden of de daarin bedoelde waren soortgelijk zijn met waren waarvoor de ingeroepen merken zijn ingeschreven. In zoverre de aangeduide waren in deze klasse eveneens aangeduid kunnen worden als "kledingstukken, schoeisel, hoofddekseis, ceintuurs, sjaals" en "ondergoed", waarvoor de merken zijn ingeschreven in klasse 25 of daarmee overeenstemmen omdat het publiek kan denken dat zij dezelfde herkomst hebben, zijn zij soortgelijk. Dit geldt volgens het hof voor "*leder en kunstleder;*", "*reiskoffers en koffers; paraplu's*", "*tassen, waaronder schoudertassen, draagtassen en handtassen; rugzakken; portemonnees; portefeuilles; toilettassen; make-upstasjes*". Dit geldt daarentegen niet voor parasols en wandelstokken, zweepen, zadelmakerswaren en dierenhuiden. Deze waren van deze klasse 18 zijn niet identiek en niet soortgelijk aan die van de klassen van de ingeroepen merken, zodat hier niet voldaan is aan een noodzakelijke voorwaarde voor het aannemen van verwarringsgevaar en de oppositie voor deze waren niet kan slagen.

Onderscheidingskracht van de ingeroepen merken

50. De onderscheidingskracht van de ingeroepen merken betreft het vermogen van deze merken om de waren of diensten waarvoor ze zijn ingeschreven, als afkomstig van een bepaalde onderneming, te identificeren en dus om deze waren of diensten van die van andere ondernemingen te onderscheiden.
51. Hoe groter de onderscheidingskracht van de ingeroepen merken, hoe groter het verwarringsgevaar. Merken met een grote onderscheidingskracht, hetzij van huis uit, hetzij wegens hun bekendheid op de markt, genieten een ruimere bescherming dan merken met een geringe onderscheidingskracht.
52. Bijgevolg is de onderscheidingskracht van het oudere merk in zijn geheel bepalend voor de intensiteit en de omvang van de bescherming ervan. Er moet ook rekening mee worden gehouden bij de beoordeling van het verwarringsgevaar.
53. Wat de betrokken waren betreft waarvoor de ingeroepen merken zijn ingeschreven, is het hof van oordeel dat uit de door verzoekster aangehaalde bewijsstukken (producties 3 tot en met 10) blijkt dat de ingeroepen merken een redelijk groot onderscheidend vermogen hebben verworven door het aangetoond gebruik en promotie in het economisch verkeer. De ingeroepen merken worden door verzoekster terecht en bewezen aangeduid als merken met een gekende reputatie en verworven bekendheid, hetgeen gezien de inhoud van de voorgelegde bewijsstukken onder meer blijkt uit

48. Les marques invoquées ont été enregistrées et le signe contesté a été demandé, en ce qui concerne les classes 11, 14, 20 et 25, pour des produits identiques ou à tout le moins très similaires. Le défendeur n'a pas contesté que les produits des classes 11, 14 et 25 sont en partie identiques et en partie au moins similaires. Dans la mesure où les produits visés de ces classes pour lesquels le signe a été demandé sont davantage étendus et relèvent de la catégorie générale de produits pour lesquels la marque a été enregistrée, ils sont identiques. Dans la classe 11, cela vaut pour tous les produits vu que ce sont tous des articles d'éclairage électriques. Dans la classe 14, cela vaut aussi pour tous les produits vu qu'il s'agit d'articles destinés à donner l'heure tels que des appareils à porter (montres) ou des bijoux. Dans la classe 20, cela vaut aussi pour tous les produits vu que ce sont tous des meubles, parties de meubles ou ornements à placer à l'intérieur de bâtiments. Dans la classe 25, cela vaut aussi pour tous les produits.
49. Dans la mesure où l'opposition a été dirigée contre les produits visés dans la classe 18, « maroquinerie », il faut examiner si les produits y étant visés sont similaires aux produits pour lesquels les marques invoquées ont été enregistrées. Dans la mesure où les produits désignés dans cette classe peuvent également être qualifiés de « vêtements, chaussures, chapellerie, ceintures, châles » et « sous-vêtements », pour lesquels les marques ont été enregistrées dans la classe 25, ou y sont similaires parce que le public peut croire qu'ils ont la même provenance, ils sont similaires. Cela vaut, selon la Cour, pour « cuir et similicuir » ; « malles et sacs de voyage ; parapluies », « sacs, y compris sacs à bandoulière, sacs fourre-tout et sacs à main ; sacs à dos ; porte-monnaie ; portefeuilles ; trousse de toilette ; trousse à maquillage ». Cela ne vaut par contre pas pour les parasols, les cannes, les fouets, la sellerie et les peaux d'animaux. Ces produits de cette classe 18 ne sont ni identiques, ni similaires à ceux des classes des marques invoquées, si bien que la condition nécessaire n'est ici pas remplie pour admettre un risque de confusion, et qu'il ne peut pas être fait droit à l'opposition pour ces produits.

Caractère distinctif des marques invoquées

50. Le caractère distinctif des marques invoquées concerne l'aptitude de ces marques à identifier les produits ou les services pour lesquels elles ont été enregistrées comme provenant d'une entreprise déterminée et donc à distinguer ces produits ou services de ceux d'autres entreprises.
51. Le risque de confusion est d'autant plus élevé que le caractère distinctif des marques invoquées s'avère important. Les marques qui ont un caractère distinctif élevé, soit intrinsèquement, soit en raison de la notoriété de celles-ci sur le marché, jouissent d'une protection plus étendue que celles dont le caractère distinctif est moindre.
52. En conséquence, le caractère distinctif de la marque antérieure dans son ensemble détermine l'intensité et l'étendue de sa protection. Il doit en outre être pris en considération aux fins d'apprécier le risque de confusion.
53. Pour ce qui est des produits concernés pour lesquels les marques invoquées ont été enregistrées, la Cour estime qu'il ressort des preuves avancées par la requérante (pièces 3 à 10 incluse) que les marques invoquées ont acquis un caractère distinctif plutôt fort par l'usage et la promotion démontrés dans la vie des affaires. Les marques invoquées sont désignées de manière justifiée et prouvée par la requérante comme des marques à la réputation connue et à la notoriété acquise, ce qui, au vu du contenu des preuves soumises, ressort entre autres :

- de aanwezigheid van waren in internationaal gereputeerde musea van producten en inzake "design",
 - de aanwezigheid en het gebruik van de ingeroepen merken op grote beurzen gericht op een internationaal publiek inzake inrichting van gebouwen en woningen,
 - de cijfers inzake omzet en orders,
 - de internationale verspreiding van afzetmarkten,
 - geïnvesteerde middelen inzake publiciteit,
 - de behaalde prijzen en zogenaamde "awards", en,
 - besprekingen en artikels in gespecialiseerde bladen bestemd voor het relevante publiek.
54. Derhalve komt aan de ingeroepen merken een ruime beschermingsomvang toe, en is sneller sprake van verwarringsgevaar.

Gevaar van verwarring tussen de ingeroepen merken en het bestreden merk : globale beoordeling

55. Het hof is van oordeel dat bij het relevante publiek, dat een normaal gemiddeld aandachtsniveau heeft, zoals hoger uiteen gezet, gelet op de overeenstemmende totaalindruk van de ingeroepen merken en het teken en de ruime beschermingsomvang van de ingeroepen merken en hetgeen is overwogen over het identiek of soortgelijk zijn van de (meeste) waren, een (reëel) direct of indirect verwarringsgevaar bestaat voor de waren van de klassen 11, 14, 18, in zoverre het gaat om andere waren dan parasols en wandelstokken, zweepen, zadelmakerswaren en dierenhuiden, 20 en 25, daar het gevaar bestaat dat dit relevante publiek zal geloven dat de betrokken waren van dezelfde onderneming of van een economisch verbonden onderneming afkomstig zijn.

Conclusie

56. Het hof concludeert dat de oppositie moet worden ingewilligd in zoverre zij ziet op de waren van de klassen 11, 14, 18, in zoverre het gaat om andere waren dan parasols en wandelstokken, zweepen, zadelmakerswaren en dierenhuiden, 20 en 25.
57. Derhalve slaagt het beroep in zoverre en zal de bestreden beslissing in die mate worden gewijzigd.

- de la présence des produits dans des musées des produits et du « design » à la réputation internationale,
- de la présence et de l'usage des marques invoquées sur des grands salons destinés à un public international et consacrés à l'aménagement de bâtiments et d'habitations,
- du chiffre d'affaires et du nombre de commandes,
- de la multiplication des débouchés aux quatre coins du monde,
- des moyens investis dans la publicité,
- des prix et récompenses obtenus, et,
- des discussions et articles de publications spécialisées s'adressant au public pertinent.

54. Les marques invoquées bénéficient par conséquent d'une protection étendue, et il est plus rapidement question d'un risque de confusion.

Risque de confusion entre les marques invoquées et le signe contesté : appréciation globale

55. La Cour estime que, dans l'esprit du public pertinent, qui a un niveau d'attention normalement moyen, comme expliqué ci-dessus, compte tenu de l'impression d'ensemble similaire produite par les marques invoquées et le signe, de la protection étendue dont jouissent les marques invoquées, et de ce qui a été considéré sur l'identité ou la similitude (de la plupart) des produits, il y a un (réel) risque de confusion direct ou indirect pour les produits des classes 11, 14, et 18, dans la mesure où il s'agit d'autres produits que des parasols, des cannes, des fouets, de la sellerie et des peaux d'animaux, et des classes 20 et 25, vu que ce public pertinent risque de croire que les produits concernés proviennent de la même entreprise ou d'une entreprise économiquement liée.

Conclusion

56. La Cour conclut qu'il doit être fait droit à l'opposition dans la mesure où elle porte sur les produits des classes 11, 14 et 18, dans la mesure où il s'agit d'autres produits que des parasols, des cannes, des fouets, de la sellerie et des peaux d'animaux, et des classes 20 et 25.

57. Il est donc fait droit au recours dans cette mesure, et la décision contestée sera modifiée en fonction.

Beslissing

Het Benelux-Gerechtshof, tweede kamer:


Verklaart het beroep ontvankelijk en deels gegrond,

Vernietigt de bestreden beslissing behoudens in zoverre het Bureau de oppositie afwees voor de waren parasols en wandelstokken, zweepen, zadelmakerswaren en dierenhuiden in de klasse 18,

De oppositie met nummer 2015776 wordt toegewezen behoudens in zoverre zij betrekking heeft op waren parasols en wandelstokken, zweepen, zadelmakerswaren en dierenhuiden in klasse 18,

De Benelux merkaanvraag met nummer 1405010 wordt niet ingeschreven voor de waren van de klassen 11, 14, 18, in zoverre het gaat om andere waren dan parasols en wandelstokken, zweepen, zadelmakerswaren en dierenhuiden, en de klassen 20 en 25.

Dit arrest is gewezen door A.D. Kiers-Becking, Tweede vicepresident, C. Vanderkerken, rechter en M. Hornick, plaatsvervangend rechter, en het is uitgesproken ter openbare terechtzitting van 18 april 2023, in aanwezigheid van A. van der Niet, griffier.



A. van der Niet
Griffier



Th. Schiltz
President

Décision

La Cour de Justice Benelux, Deuxième Chambre :

déclare le recours recevable et en partie fondé,

annule la décision contestée, sauf en ce que l'Office a rejeté l'opposition pour les produits suivants de la classe 18 : parasols, cannes, fouets, sellerie et peaux d'animaux ;

fait droit à l'opposition portant le numéro 2015776, sauf dans la mesure où elle porte sur les produits suivants de la classe 18 : parasols, cannes, fouets, sellerie et peaux d'animaux,

dit que la demande de marque Benelux portant le numéro 1405010 n'est pas enregistrée pour les produits des classes 11, 14, et 18 (dans la mesure où il s'agit d'autres produits que des parasols, des cannes, des fouets, de la sellerie et des peaux d'animaux) et des classes 20 et 25.

Le présent arrêt a été rendu par A.D. Kiers-Becking, seconde vice-présidente, C. Vanderkerken, juge, et M. Hornick, juge suppléant ; il a été prononcé lors de l'audience publique du 18 avril 2023, en présence d'A. van der Niet, greffier.

