

COUR DE JUSTICE

BENELUX

GERECHTSHOF

~

**TWEEDE KAMER
DEUXIEME CHAMBRE**

C 2018/11/9

ARREST

Inzake:

BXT

Tegen:

GiGi IP B.V.

Procestaal: Nederlands

ARRET

En cause :

BXT

Contre:

GiGi IP B.V.

Langue de la procédure : le néerlandais

GRIFFIE

Regentschapsstraat 39
1000 BRUSSEL
TEL. (0) 2.519.38.61
curia@benelux.be

www.courbeneluxhof.be

GREFFE

39, Rue de la Régence
1000 BRUXELLES
TÉL. (0) 2.519.38.61
Curia@benelux.be

COUR DE JUSTICE

BENELUX

GERECHTSHOF

Tweede Kamer

Arrest van 4 december 2019

in de zaak C 2018/11

Inzake

Beijing Xiaoju Technology Co, Ltd, de vennootschap naar vreemd recht met zetel te no. 2 North Section, 5F, Building 1, No 9 Shangdi East Road, Beijing, Volksrepubliek China;

verzoekster

hierna te noemen: BXT

vertegenwoordigd door mr. M.W. Rijdsdijk advocaat te Amsterdam

tegen

GiGi IP B.V., de besloten vennootschap met beperkte aansprakelijkheid met zetel te Verrijn Stuartweg 26-C, 1112 AX Diemen, Nederland

verweester

hierna te noemen: GiGi

vertegenwoordigd door mr. A.J. Gieske, advocaat te Amsterdam.

De procedure voor het Benelux-Gerechtshof

Bij op 28 december 2018 bij het Benelux-Gerechtshof – hierna: het hof – ingekomen verzoekschrift, met bijlagen, heeft BXT het hof verzocht de beslissing van het Benelux-Bureau voor de Intellectuele Eigendom – hierna: het Bureau – van 29 oktober 2018, waarbij de door GiGi tegen inschrijving van het woordmerk DIDI gerichte oppositie (nr. 2012486) gedeeltelijk is toegewezen, te vernietigen en de oppositie alsnog geheel ongegrond te verklaren, met veroordeling van GiGi in de kosten van de oppositie en het beroep. Bij verweerschrift, met bijlagen, ingekomen op 20 maart 2019, heeft GiGi het verzoek bestreden. Op 10 mei 2019 is de conclusie van repliek, met bijlagen, zijdens BXT ingekomen, op 24 juni 2019 de conclusie van dupliek, met bijlagen, zijdens GiGi.

COUR DE JUSTICE

BENELUX

GERECHTSHOF

Deuxième chambre

C 2018/11/9

Arrêt du 4 décembre 2019

dans l'affaire C 2018/11

En cause

Beijing Xiaoju Technology Co, Ltd, société de droit étranger
ayant son siège à no. 2 North Section, 5F, Building 1, No 9 Shangdi East Road,
Beijing, République populaire de Chine ;

requérante
dénommée ci-après : BXT

représentée par Me M.W. Rijdsdijk avocat à Amsterdam

contre

GiGi IP B.V., société privée à responsabilité limitée
ayant son siège à Verrijn Stuartweg 26-C, 1112 AX Diemen, Pays-Bas

défenderesse
dénommée ci-après : GiGi

représentée par Me A.J. Gieske, avocat à Amsterdam.

La procédure devant la Cour de Justice Benelux

Par requête déposée le 28 décembre 2018 auprès de la Cour de Justice Benelux (ci-après : "la Cour"), BXT a demandé à la Cour d'annuler la décision de l'Office Benelux de la Propriété intellectuelle (ci-après : "l'Office") du 29 octobre 2018, faisant droit en partie à l'opposition (n° 2012486) formée par GiGi contre l'enregistrement de la marque verbale DIDI et de déclarer cette opposition entièrement non fondée, et de condamner GiGi aux dépens de l'opposition et du recours. Par mémoire en défense, accompagné de ses annexes, reçu le 20 mars 2019, GiGi a contesté le recours. Le 10 mai 2019, les conclusions en réplique, avec annexes, de BXT ont été reçues et le 24 juin 2019, les conclusions en duplique, avec annexes, de GiGi.

Beide partijen hebben verzocht om een mondelinge behandeling. Deze heeft op 8 oktober 2019 plaatsgevonden te Brussel. Daarbij zijn partijen vertegenwoordigd door hun voornoemde advocaten, BXT tevens door een kantoorgenoot van haar advocaat, mr Bijl. Aan beide zijden is gepleit aan de hand van pleitnotities, die zijn overgelegd en aan het dossier toegevoegd.

De proceduretaal is het Nederlands.

De feiten en het verloop van de procedure

Uit de processtukken en de stellingen van partijen is het volgende gebleken.

1. Op 9 september 2016 heeft BXT een Benelux-depot verricht van het woordmerk DIDI – hierna ook: het teken – voor waren en diensten in klassen 9, 12, 35, 36, 37, 39, 42 en 45. De oppositie is gericht tegen alle waren uit klasse 12 waarvoor het teken is gedeponereerd, te weten (in de oorspronkelijke taal van het depot): “electric vehicles; automobiles; motorcycles; bicycles; remote control vehicles, other than toys; strollers; sleighs [vehicles]; automobile tires [tyres]; air vehicles; water vehicles; safety seats for children, for vehicles; air pumps [vehicle accessories]”. Het Bureau heeft de navolgende Nederlandse vertaling gehanteerd: “elektrische voertuigen; voertuigen; motorrijwielen; fietsen; voertuigen, op afstand bestuurbaar, anders dan speelgoed; kinderwagens; sleden [voertuigen]; autobanden; luchtvaartuigen; vaartuigen; kinderzitjes voor voertuigen; luchtpompen [voor voertuigen]”. Het depot is gepubliceerd op 15 september 2016 onder nummer 1338983.
2. Op 15 november 2016 heeft GiGi oppositie ingesteld tegen de inschrijving van dit depot. De oppositie is gebaseerd op:
 - het Benelux woordmerk GIGI, ingediend op 27 april 2012 en ingeschreven op 1 mei 2012 onder nr. 918630;
 - het Uniewoordmerk GIGI, ingediend op 26 oktober 2012 en ingeschreven op 22 maart 2013 onder nr. 11295979;
 - het Benelux gecombineerde woord-/beeldmerk GIGI, ingediend op 27 april 2012 en ingeschreven op 2 mei 2012 onder nr. 918668, dat hierna is afgebeeld:

GIGI

Alle hiervoor genoemde merken zijn gedeponereerd voor waren in klasse 12: opvouwbare elektrische scooters. Aan de merken tezamen zal worden gerefereerd als ‘het merk’.

3. Ter onderbouwing van haar oppositie heeft GiGi aangevoerd dat het teken overeenstemt met haar oudere merk en betrekking heeft op waren die identiek of soortgelijk zijn aan de waren waarvoor haar oudere merk is ingeschreven en dat daardoor bij het publiek gevaar voor verwarring bestaat (artikel 2.3, sub b, BVIE).
4. Bij beslissing van 29 oktober 2018 heeft het Bureau de oppositie (nr. 2012486) gedeeltelijk toegewezen, in die zin dat het teken in klasse 12 niet is ingeschreven voor de waren: elektrische voertuigen; voertuigen; motorrijwielen; fietsen; voertuigen, op afstand bestuurbaar, anders dan speelgoed. Het teken is in klasse 12 wel ingeschreven voor de waren: kinderwagens; sleden [voertuigen]; autobanden; luchtvaartuigen; vaartuigen; kinderzitjes voor voertuigen; luchtpompen [voor voertuigen].

Les deux parties ont demandé une procédure orale. Celle-ci s'est tenue à Bruxelles le 8 octobre 2019. Les parties étaient représentées par leurs avocats susmentionnés, BXT également par un confrère de son avocat, Me Bijl. Les deux parties ont plaidé sur la base de plaidoiries écrites qui ont été déposées et versées au dossier.

La langue de la procédure est le néerlandais.

Les faits et le déroulement de la procédure

Les faits suivants résultent des actes de procédure et des allégations des parties.

1. Le 9 septembre 2016, BXT a effectué le dépôt Benelux de la marque verbale DIDI (ci-après : "le signe") pour des produits et services dans les classes 9, 12, 35, 36, 37, 39, 42 et 45. L'opposition est dirigée contre tous les produits de la classe 12 pour lesquels le signe est déposé, à savoir (dans la langue originale du dépôt) : "electric vehicles; automobiles; motorcycles; bicycles; remote control vehicles, other than toys; strollers; sleighs [vehicles]; automobile tires [tyres]; air vehicles; water vehicles; safety seats for children, for vehicles; air pumps [vehicle accessories]". L'Office a utilisé la traduction néerlandaise suivante : "elektrische voertuigen; voertuigen; motorrijwielen; fietsen; voertuigen, op afstand bestuurbaar, anders dan speelgoed; kindervagens; sleden [voertuigen]; autobanden; luchtvaartuigen; vaartuigen; kinderzitjes voor voertuigen; luchtpompen [voor voertuigen]". Le dépôt a été publié le 15 septembre 2016 sous le numéro 1338983.

2. Le 15 novembre 2016, GiGi a introduit une opposition contre l'enregistrement de ce dépôt. L'opposition est basée sur :

- la marque verbale Benelux GIGI, déposée le 27 avril 2012 et enregistrée le 1^{er} mai 2012 sous le n° 918630 ;
- la marque verbale de l'Union européenne GIGI, déposée le 26 octobre 2012 et enregistrée le 22 mars 2013 sous le n° 11295979 ;
- la marque verbale et figurative combinée Benelux GIGI, déposée le 27 avril 2012 et enregistrée le 2 mai 2012 sous le n° 918668, qui est reproduite ci-après :



Toutes les marques citées ci-dessus ont été enregistrées pour des produits de la classe 12 : scooters électriques pliables. L'ensemble de ces marques sera dénommé "la marque".

3. A l'appui de son opposition, GiGi a fait valoir que le signe est similaire à sa marque antérieure et concerne des produits identiques ou similaires à ceux pour lesquels sa marque antérieure est enregistrée et qu'il existe donc un risque de confusion dans l'esprit du public (article 2.3, sous b, CBPI).

4. Par décision du 29 octobre 2018, l'Office a partiellement accueilli l'opposition (n° 2012486) en ce sens que le signe n'a pas été enregistré dans la classe 12 pour les produits : véhicules électriques ; véhicules ; motocyclettes ; bicyclettes ; véhicules télécommandés, autres que les jouets. Le signe est enregistré dans la classe 12 pour les produits : poussettes ; traîneaux [véhicules] ; pneus de voitures ; aéronefs ; bateaux ; sièges enfants pour véhicules ; pompes à air [pour véhicules].

5. Op de oppositie is, op grond van artikel IV van het protocol van 16 december 2014 houdende wijziging van het Benelux-verdrag inzake de intellectuele eigendom (merken en tekeningen of modellen), wat betreft de oppositie en de invoering van een administratieve procedure tot nietigverklaring of vervallenverklaring van merken, artikel 2.14, lid 1, sub a BVIE van toepassing zoals dat luidde voor de inwerkingtreding van dat protocol op 1 juni 2018, nu de oppositie voor 1 juni 2018 is ingediend.

6. Het toepasselijke artikel 2.14, lid 1, aanhef en sub a, BVIE, luidt
*“1. De deposant of houder van een ouder merk kan, binnen een termijn van twee maanden, te rekenen vanaf de publicatie van het depot, schriftelijk oppositie instellen bij het Bureau tegen een merk dat:
 a. in rangorde na het zijne komt, overeenkomstig de bepalingen in artikel 2.3, sub a en b (...);*

In het toepasselijke artikel 2.3 BVIE is, voor zover hier relevant, bepaald:

“Bij de beoordeling van de rangorde van het depot wordt rekening gehouden met de op het tijdstip van het depot bestaande en ten tijde van het geding gehandhaafde rechten op:

*a. gelijke, voor dezelfde waren of diensten gedeponeerde merken;
 b. gelijke of overeenstemmende, voor dezelfde of soortgelijke waren of diensten gedeponeerde merken, indien bij het publiek verwarring, inhoudende de mogelijkheid van associatie met het oudere merk, kan ontstaan; (...)”*

7. Het Bureau heeft geoordeeld dat het merk en teken zowel visueel als auditief in zekere mate overeenstemmen en dat er geen begripsmatige overeenstemming is, dan wel dat begripsmatige vergelijking niet aan de orde is. Verder achtte het Bureau de waren “elektrische voertuigen; voertuigen” identiek aan de waren van GiGi en de waren “motorrijwielen; fietsen; voertuigen op afstand bestuurbaar, anders dan speelgoed” soortgelijk. De overige waren waarvoor BXT haar depot heeft verricht achtte het Bureau niet soortgelijk. Uitgaand van het grote publiek met normaal aandachtsniveau concludeerde het Bureau dat het publiek kan menen dat de identieke en soortgelijke waren afkomstig zijn van dezelfde of een economisch verbonden onderneming en dat er daarom sprake is van gevaar voor verwarring.

8. Volgens BXT zijn de overwegingen van het Bureau op vier punten onjuist, te weten de visuele en auditieve gelijkenis tussen het merk en het teken, de gelijkenis tussen de waren en de globale beoordeling van het gevaar voor verwarring. Om die reden dient de beslissing van het Bureau te worden vernietigd en de oppositie alsnog integraal te worden afgewezen, met veroordeling van GiGi in de kosten, aldus BXT.

9. GiGi meent dat de in het depot opgenomen term “automobiles” beter vertaald kan worden naar “auto’s” in plaats van met “voertuigen” zoals het Bureau deed. Zij verzoekt het Hof omwille van de duidelijkheid de omschrijving van de waren waarvoor het aangevraagde teken niet kan worden ingeschreven dienovereenkomstig aan te passen. Voor het overige legt zij zich neer bij de gedeeltelijke afwijzing van haar oppositie en concludeert zij tot bevestiging van de door het Bureau genomen beslissing en ongegrondverklaring van het beroep.

Beoordeling van het verzoek

Het relevante publiek

10. Bij de beoordeling van de vraag of sprake is van overeenstemming tussen een teken en een ouder merk, van (soort)gelijkheid van waren en/of diensten en van verwarringsgevaar moet worden uitgegaan van de perceptie van het relevante publiek: de gemiddeld geïnformeerde en omzichtige gewone consument van de betrokken waren en/of diensten.

5. En vertu de l'article IV du protocole du 16 décembre 2014 portant modification de la convention Benelux en matière de propriété intellectuelle (marques et dessins ou modèles), en ce qui concerne l'opposition et l'instauration d'une procédure administrative de nullité ou de déchéance des marques, l'article 2.14, alinéa 1^{er}, sous a, CBPI est applicable à l'opposition, tel qu'il était libellé avant l'entrée en vigueur dudit protocole le 1^{er} juin 2018, l'opposition ayant été introduite avant le 1^{er} juin 2018.

6. L'article 2.14, alinéa 1^{er}, début et sous a, CBPI qui est applicable énonce
« 1. Le déposant ou le titulaire d'une marque antérieure peut, dans un délai de deux mois à compter de la publication du dépôt, introduire auprès de l'Office une opposition écrite à une marque qui :
a. prend rang après la sienne, conformément aux dispositions de l'article 2.3, sous a et b (...); »

L'article 2.3 CBPI applicable dispose, dans ses passages pertinents ici :

« 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; (...) »

7. L'Office a jugé qu'il existe un certain degré de similitude visuelle et auditive entre la marque et le signe et qu'il n'y a aucune similitude conceptuelle ou qu'une comparaison conceptuelle ne doit pas être faite. En outre, l'Office a considéré que les produits "véhicules électriques ; véhicules" étaient identiques aux produits de GiGi et que les produits "motocyclettes ; bicyclettes ; véhicules télécommandés, autres que les jouets" étaient similaires. L'Office a considéré que les autres produits pour lesquels BXT avait effectué son dépôt n'étaient pas similaires. Partant du grand public ayant un niveau d'attention normal, l'Office a conclu que le public peut penser que les produits identiques et similaires proviennent de la même entreprise ou d'une entreprise économiquement liée et qu'il y a donc un risque de confusion.

8. Selon BXT, les considérations de l'Office sont erronées à quatre égards, à savoir la similitude visuelle et auditive entre la marque et le signe, la similitude entre les produits et l'appréciation globale du risque de confusion. En conséquence, la décision de l'Office doit être annulée et l'opposition rejetée dans son intégralité, et GiGi doit être condamnée aux dépens, selon BXT.

9. GiGi estime que le terme "automobiles" utilisé dans la demande devrait être traduit par "voitures" plutôt que "véhicules", comme l'Office l'a fait. Par souci de clarté, elle invite la Cour à modifier en conséquence la désignation des produits pour lesquels le signe demandé ne peut être enregistré. Pour le reste, elle accepte le rejet partiel de son opposition et conclut à la confirmation de la décision prise par l'Office et au rejet du recours comme non fondé.

Appréciation de la requête

Le public pertinent

10. Pour déterminer s'il y a ressemblance entre un signe et une marque antérieure, identité ou similitude des produits ou services et risque de confusion, il convient de se fonder sur la perception du public pertinent : le consommateur moyen des produits ou services concernés, normalement informé et raisonnablement attentif et avisé.

11. In het kader van een oppositie moet daarbij, voor zover hier relevant, worden gekeken naar het publiek dat gewoonlijk afnemer is van de waren en/of diensten waarvoor het teken is gedeponeerd en het oudere merk is ingeschreven en dus niet naar de waren en diensten waarvoor en de wijze waarop het teken en het oudere merk daadwerkelijk worden gebruikt of in de toekomst (waarschijnlijk) zullen worden gebruikt. In een oppositie moet (anders dan in een inbreukzaak) worden onderzocht of er gevaar voor verwarring met het oudere merk bestaat in alle omstandigheden waarin het teken (HvJEG 12 juni 2008, C-533/06, ECLI:EU:C:2008:339 inz. O2/ Hutchison, ro. 66 en 67) en het merk (HvJEG 15 maart 2007, C-171/06 P, ECLI:EU:C:2007:171 inz. T.I.M.E. Art/ Leclerc, ro. 59) zouden kunnen worden gebruikt. De stellingen van BXT betreffende de waren en/of diensten waarmee zij de Europese markt wenst te gaan betreden (te weten pooldiensten en taxidiensten via apps) en het daaruit voortvloeiende verschil in publiek, komen daarom geen relevantie toe. Dat geldt temeer omdat dit beperkte gebruik niet te rijmen is met het feit dat zij het teken voor een veelheid van waren- en dienstenklassen heeft gedeponeerd en zij desgevraagd ook geen garanties wenst te geven dat zij het gebruik van het teken niet tevens voor andere waren en/of diensten zal gaan gebruiken.

12. Het hof is – met het Bureau – van oordeel dat de waren waarvoor het teken en het oudere merk zijn gedeponeerd, respectievelijk ingeschreven, bestemd zijn voor het grote publiek. De waren zijn immers bestemd voor de gemiddelde – niet gespecialiseerde – consument. Uitgegaan moet worden van een gemiddeld geïnformeerde, omzichtige en oplettende consument van de betrokken waren. Dat sprake zou zijn van een andere doelgroep voor de waren waarvoor het merk is ingeschreven dan de doelgroep van de waren waarvoor het teken is zijn gedeponeerd, zoals BXT heeft aangevoerd, kan – mede in aanmerking genomen wat hierna wordt overwogen ten aanzien van de (soort)gelijkheid van die waren – niet als juist worden aanvaard.

13. Het gemiddelde aandachtsniveau van het in aanmerking te nemen publiek is, gelet op de aankoopprijs van de waren waar het om gaat, niet laag, maar anderzijds is er onvoldoende aanleiding om aan te nemen dat de gemiddelde consument een bijzonder hoog aandachtsniveau zou hebben. BXT heeft onvoldoende gesteld op grond waarvan dat is aan te nemen. De enkele hoogte van de aankoopprijs is daartoe ontoereikend. Het hof is daarom met het Bureau van oordeel dat van een normaal aandachtsniveau is uit te gaan.

14. Er dient wel rekening gehouden te worden met de omvang van het gebruik van het ingeroepen oudere merk, voor zover daardoor het onderscheidend vermogen van dat merk is toegenomen en voorts met omstandigheden waaronder de in het depot/de inschrijving vermelde waren en diensten *in het algemeen* worden aangeboden en de gevolgen daarvan voor de perceptie en het aandachtsniveau van het publiek. In casu heeft GiGi niet, althans onvoldoende onderbouwd gesteld dat het onderscheidend vermogen van haar oudere merk door gebruik is toegenomen.

Overeenstemming teken en oudere merk?

15. De (globale) beoordeling van het verwarringsgevaar dient te berusten op de totaalindruk die door het teken en het oudere merk wordt opgeroepen, waarbij onder meer rekening moet worden gehouden met de onderscheidende en dominante bestanddelen.

Visuele overeenstemming

16. Zowel in het teken als in het merk is sprake van een woord bestaande uit vier letters en twee repeterende lettergrepen, bestaande uit een medeklinker gevolgd door de letter “I”. Reeds dat leidt tot een overeenstemmende visuele symmetrie. De medeklinkers zijn verschillend, te weten respectievelijk de letter G en de letter D in merk en teken. De gemiddelde consument hecht normaal gesproken meer belang aan het eerste deel van woorden. In dit geval echter wordt naar het oordeel van het hof de aandacht vooral getrokken door de repeterende lettergrepen, waarbij de klinker steeds dezelfde is. Niet valt in te zien dat en waarom deze letters zouden worden ‘overschaduw’d door de beide medeklinkers, zoals BXT aanvoert. Vergeleken moet immers worden met dezelfde lettergrootte, zoals GiGi terecht

11. 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 est déposé et la marque antérieure enregistrée et donc pas 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. Dans une opposition (à la différence d'une atteinte à la marque), il convient d'examiner si le risque de confusion avec la marque antérieure existe dans toutes les circonstances dans lesquelles le signe (CJCE 12 juin 2008, C-533/06, ECLI:EU:C:2008:339 affaire O2/ Hutchison, points 66 et 67) et la marque (CJCE 15 mars 2007, C-171/06 P, ECLI:EU:C:2007:171 affaire T.I.M.E. Art/ Leclerc, point 59) pourraient être utilisés. Les allégations de BXT concernant les produits et/ou services avec lesquels elle souhaite pénétrer sur le marché européen (c'est-à-dire les services de covoiturage et de taxi via des applications) et la différence de public en résultant sont donc sans pertinence. Cela est d'autant plus vrai que cette utilisation limitée n'est pas compatible avec le fait qu'elle a déposé le signe pour une multitude de classes de produits et services et que, interrogée sur ce point, elle ne souhaite donner aucune garantie qu'elle ne fera pas également usage du signe pour d'autres produits et/ou services.

12. La Cour - comme l'Office - considère que les produits pour lesquels le signe et la marque antérieure ont été déposés respectivement enregistrés sont destinés au grand public. En effet, les produits sont destinés au consommateur moyen - non spécialisé. Le consommateur moyen des produits en question doit être présumé normalement informé, et raisonnablement attentif et avisé. Le fait qu'il existerait pour les produits pour lesquels la marque est enregistrée un groupe cible différent du groupe cible des produits pour lesquels le signe est déposé, comme l'affirme BXT, ne peut être accepté comme correct, compte tenu également des considérations ci-après concernant la similitude ou l'identité de ces produits.

13. Le niveau d'attention moyen du public à prendre en considération n'est pas faible au regard du prix d'achat des produits en question, mais, d'autre part, il n'y a pas suffisamment de raisons de penser que le consommateur moyen aurait un niveau d'attention particulièrement élevé. BXT n'a pas suffisamment motivé cette hypothèse. Le simple niveau du prix d'achat n'est pas suffisant à cette fin. La Cour est donc d'accord avec l'Office sur le fait qu'un niveau d'attention normal peut être présumé.

14. Toutefois, il convient de tenir compte de l'étendue de l'usage de la marque antérieure invoquée, dans la mesure où il a accru le caractère distinctif de cette marque, ainsi que des circonstances dans lesquelles les produits et services visés dans le dépôt/dans l'enregistrement sont généralement offerts et des conséquences qui en découlent pour la perception et le niveau d'attention du public. En l'espèce, GiGi n'a pas fait valoir, ou du moins pas suffisamment étayé, que le caractère distinctif de sa marque antérieure s'était accru du fait de l'usage.

Ressemblance entre le signe et la marque antérieure ?

15. L'appréciation (globale) du risque de confusion doit se fonder sur l'impression générale qui se dégage du signe et de la marque antérieure, en tenant compte, entre autres, des éléments distinctifs et dominants.

Ressemblance visuelle

16. Tant le signe que la marque sont constitués d'un mot composé de quatre lettres et de deux syllabes répétitives, à savoir une consonne suivie de la lettre "I". Déjà cela conduit à une symétrie visuelle correspondante. Les consonnes sont différentes, à savoir la lettre G et la lettre D respectivement dans la marque et le signe. Le consommateur moyen attache normalement plus d'importance à la première partie des mots. En l'espèce, toutefois, de l'avis de la Cour, l'attention se porte principalement sur les syllabes répétitives, dans lesquelles la voyelle est toujours la même. On ne voit pas en quoi et pourquoi ces lettres seraient "éclipsées" par les deux consonnes, comme le soutient BXT. On doit en effet comparer avec la même taille de police, comme GiGi l'affirme à juste titre. En

stelt. Daarenboven hebben de beginletters een (soort)gelijke vorm, zij het in spiegelbeeld, hetgeen in het woord-/beeldmerk nog meer tot uitdrukking komt. Dat er anders geoordeeld had kunnen worden indien er andere medeklinkers aan de orde waren geweest, zoals BXT heeft gesteld onder verwijzing naar een uitspraak inzake BEBE / PEPE waar is uitgegaan van een lichte mate van overeenstemming, kan aan het voorgaande oordeel van dit hof niet af doen. Het hof is van oordeel dat de visuele overeenstemming tussen de letters D en G groter is dan die tussen de letters B en P. Er is naar het oordeel van het hof daarom in zekere mate sprake van visuele overeenstemming tussen het merk en het teken.

Auditieve overeenstemming

17. Voorts is naar het oordeel van het hof sprake van auditieve overeenstemming, daar merk en teken ieder bestaan uit twee korte repeterende lettergrepen, die in beide gevallen beginnen met een ‘plofklank’ gevolgd door een I. Hoewel ook hier geldt dat de gemiddelde consument normaal gesproken meer belang hecht aan de beginletter van een woord en lettergreep, komt in dit geval aan het feit dat de beginletters van de lettergrepen verschillend zijn, te weten respectievelijk de letter G en de letter D in merk en teken, geen grote betekenis toe. Naar overtuiging van het hof, gelet ook op hetgeen GiGi heeft aangevoerd ter zake van de connotatie met de Italiaanse voornaam of met Italië geassocieerde waren of diensten, zal het woordmerk GIGI door ten minste een groot deel van het in aanmerking komende publiek worden uitgesproken als (fonetisch) ‘dzjie-dzjie’, derhalve met dezelfde beginklank “D” als in het teken. BXT heeft daar onvoldoende tegenover gesteld. Integendeel, zij heeft zelf juist aangevoerd dat GIGI als een Italiaanse naam opgevat kan of zelfs zal worden (vgl. par. 18 en 20 van de beslissing van het Bureau, waar de standpunten van BXT zijn weergegeven en waarnaar BXT in de procedure in beroep uitdrukkelijk heeft verwezen in par. 2 van haar verzoekschrift). Daarmee ligt een Italiaanse uitspraak, die naar onweersproken door GiGi is aangevoerd bekend is bij het merendeel van het Benelux-publiek, dus ook in de rede. Slechts een klein deel van het publiek zal GIGI (Frans) uitspreken als (fonetisch) ‘zjie-zjie’, terwijl het deel van het publiek dat GIGI (Nederlands) zal uitspreken als (fonetisch) ‘gie-gie’ zeer klein moet worden geacht. Het standpunt van BXT dat GIGI binnensmonds zou worden uitgesproken, en DIDI met open mond, waardoor de uitspraak toch wezenlijk anders zou zijn, wordt door het hof niet gedeeld. Er is wel enig verschil in klank tussen ‘die-die’ en ‘dzjie-dzjie’, maar dit is niet zeer duidelijk aanwezig. Het zijn daarentegen juist de herhaalde letters I, waarop zowel in merk als teken de nadruk ligt, die een sterke auditieve overeenstemming opleveren. Naar het oordeel van het hof is de auditieve overeenstemming dan ook aanmerkelijk.

Begripsmatige overeenstemming

18. Partijen zijn het erover eens dat begripsmatige vergelijking niet aan de orde is, aangezien merk noch teken enige betekenis hebben. Wel voeren beide partijen aan dat zowel merk als teken een (meisjes)voornaam kan zijn.

Slotsom overeenstemming

19. Het hof is gelet op het voorgaande van oordeel dat tussen het merk en het teken sprake is van een zekere tot aanmerkelijke mate van overeenstemming. Dit betekent dat moet worden onderzocht of er sprake is van (soort)gelijkheid van waren en indien dit het geval is of er, gelet op de overige omstandigheden, sprake is van verwarringsgevaar.

Gelijke of soortgelijke/overeenstemmende waren?

20. Bij de beoordeling van de (soort)gelijkheid van de betrokken waren moet rekening worden gehouden met alle relevante factoren die betrekking hebben op de verhouding tussen de waren of diensten waarvoor het teken is gedeponneerd en waarvoor het oudere merk is ingeschreven, zoals de aard, de bestemming en (wijze van) gebruik (in het algemeen) en het concurrerende dan wel complementaire karakter ervan. Het gaat erom of tussen de te beoordelen waren zodanige punten van

outre, les lettres initiales ont une forme identique ou similaire, bien qu'en image miroir, qui se manifeste davantage dans la marque verbale ou figurative. Le fait qu'on aurait pu en juger différemment si d'autres consonnes avaient été impliquées, comme BXT l'a soutenu en se référant à une décision concernant BEBE / PEPE qui supposait un léger degré de similitude, ne saurait modifier le point de vue antérieur de la Cour. La Cour est d'avis que la similitude visuelle entre les lettres D et G est plus grande que celle entre les lettres B et P. De l'avis de la Cour, il existe donc une certaine similitude visuelle entre la marque et le signe.

Ressemblance auditive

17. De plus, de l'avis de la Cour, il y a une similitude auditive, car la marque et le signe se composent chacun de deux courtes syllabes répétitives qui, dans les deux cas, commencent par une "consonne explosive" suivie d'un I. Bien que le consommateur moyen attache normalement plus d'importance ici aussi à la lettre initiale d'un mot et d'une syllabe, le fait que les premières lettres des syllabes, c'est-à-dire respectivement la lettre G et la lettre D du signe et de la marque, soient différentes, ne revêt pas une grande signification dans le cas présent. La Cour est persuadée que, compte tenu de ce que GiGi a soutenu en ce qui concerne la connotation du prénom italien ou des produits ou services associés à l'Italie, la marque verbale GIGI sera prononcée par au moins une grande partie du public concerné comme (phonétiquement) "dzjie-dzjie", c'est-à-dire avec le même son initial "D" que dans le signe. BXT n'a pas suffisamment contré cet élément. Au contraire, elle a elle-même fait valoir à juste titre que GIGI peut ou même sera perçu comme une dénomination italienne (voir les points 18 et 20 de la décision de l'Office, qui reflètent le point de vue de BXT et auxquels BXT a expressément fait référence au point 2 de sa requête dans la procédure de recours). Cela signifie qu'une prononciation italienne, qui, selon l'allégation non contredite de GiGi, est connue de la majorité du public du Benelux, est donc logique. Seule une petite partie du public prononcera GIGI (français) comme "zjie-zjie" (phonétiquement), tandis que la fraction du public que GIGI (néerlandais) prononcera comme "gie-gie" (phonétiquement) doit être considérée très restreinte. La position de BXT selon laquelle GIGI se prononcerait à l'intérieur de la bouche et DIDI avec la bouche ouverte, ce qui rendrait la prononciation sensiblement différente, n'est pas partagée par la Cour. Il y a bien une certaine différence de son entre 'die-die' et 'dzjie-dzjie', mais cette différence n'est pas très nette. Par contre, ce sont précisément les lettres répétées I, qui sont accentuées à la fois dans la marque et dans le signe, qui produisent une forte similitude auditive. De l'avis de la Cour, la similitude auditive est donc considérable.

Ressemblance conceptuelle

18. Les parties conviennent que la comparaison conceptuelle n'est pas nécessaire, car ni la marque ni le signe n'ont de sens. Toutefois, les deux parties font valoir que la marque et le signe peuvent tous deux être un prénom (de fille).

Conclusion sur la ressemblance

19. Compte tenu de ce qui précède, la Cour est d'avis qu'il existe une similitude certaine à considérable entre la marque et le signe. Cela signifie qu'il convient d'examiner s'il existe une similitude ou identité des produits et, si tel est le cas, s'il existe un risque de confusion au vu des autres circonstances.

Identité ou similitude/ressemblance des produits ?

20. Pour apprécier l'identité ou la similitude des produits en question, il convient de tenir compte de tous les facteurs pertinents relatifs à la relation entre les produits ou services pour lesquels le signe est déposé et ceux pour lesquels la marque antérieure est enregistrée, tels que leur nature, leur destination et leur mode d'utilisation (en général) et leur caractère concurrent ou complémentaire. La question est de savoir s'il existe des similitudes entre les produits à évaluer telles que, compte tenu des

verwantschap bestaan dat, met inachtneming van de bestaande handelsgebruiken, te verwachten valt dat het in aanmerking komende publiek aan die soort waren of diensten dezelfde herkomst zou kunnen toekennen. Van dezelfde waren of diensten zal in beginsel ook sprake zijn indien het teken is gedeponereerd voor waren of diensten die vallen binnen een ruimere aanduiding van diensten waarvoor het merk is ingeschreven.

21. Het merk is ingeschreven voor de hieronder aan de linkerkzijde vermelde waren; het teken is gedeponereerd voor de aan de rechterzijde vermelde waren, vermeld in de oorspronkelijke Engelse taal van het depot en in de Nederlandse vertaling. Daarbij is de door beide partijen geprefereerde vertaling van “automobiles” naar “auto’s” gebruikt:

<u>Merk van GiGi</u>	<u>Teken van BXT</u>
Opvouwbare elektrische scooters	Electric vehicles; automobiles; motorcycles; bicycles; remote control vehicles, other than toys; <i>Elektrische voertuigen; auto's; motorrijwielen; fietsen; voertuigen, op afstand bestuurbaar, anders dan speelgoed.</i>

22. BXT heeft ter zitting aangevoerd dat zij het Bureau (diezelfde dag) heeft verzocht de waren waarvoor zij inschrijving heeft verzocht verder te beperken. Bewijs daarvoor is niet overgelegd. Evenmin was ter zitting bekend of dit verzoek door het Bureau zal worden gehonoreerd. Het hof zal daarom aan die gestelde beperking voorbij gaan.

23. Naar het oordeel van het hof zijn “electric vehicles” identiek aan de waren waarvoor het merk is geregistreerd. Niet ter discussie is immers dat een opvouwbare elektrische scooter een elektrisch voertuig is. Dat er ook andere elektrische voertuigen zijn dan opvouwbare elektrische scooters doet daar niet aan af.

24. Voor de overige waren waarvoor registratie van het teken is geweigerd (te weten “automobiles; motorcycles; bicycles; remote control vehicles, other than toys”) is sprake van soortgelijkheid met de waren waarvoor het merk is ingeschreven. De aard en functie van al deze waren is dat het vervoermiddelen zijn, bestemd voor vervoer van personen over de weg, die door dezelfde eindgebruikers kunnen worden gebruikt. Dat de functie van de opvouwbare elektrische scooter de opvouwbaarheid zou zijn, zoals BXT stelt, wordt niet als juist aanvaard. De functie is het vervoer van personen, de opvouwbaarheid is een eigenschap van de waar die bijdraagt aan het gebruiksgemak. BXT heeft er met recht op gewezen dat de waren waarvoor het teken is gedeponereerd en die waarvoor het merk is ingeschreven verschillend gebruiksgemak hebben. Dat doet er echter niet aan af dat zij wel allemaal dezelfde aard en functie hebben en dat het concurrerende en complementaire waren zijn. Een eindgebruiker kan zich verplaatsen door middel van een opvouwbare elektrische scooter of door middel van een (stads-)auto, brommobiel of een van de andere vervoermiddelen waarvoor BXT haar teken heeft gedeponereerd, of juist door een combinatie daarvan. Welke keuze hij / zij maakt kan afhangen van (prioritering door de eindgebruiker van) de omstandigheden, zoals af te leggen afstand, verkeersdrukte, weersomstandigheden en de noodzaak meerdere andere passagiers te vervoeren. De omstandigheid ten slotte dat over motorrijtuigen enerzijds en fietsen anderzijds eerder zou zijn geoordeeld dat die niet soortgelijk zijn, waarop BXT heeft gewezen, staat er niet aan in de weg dat elektrische scooters soortgelijk zijn aan zowel motorrijtuigen als ook aan fietsen.

pratiques commerciales existantes, il est probable que le public concerné serait en mesure d'attribuer la même origine à ce type de produits ou services. Les produits ou services seront, en principe, identiques également si le signe est déposé pour des produits ou services couverts par une désignation plus large des services pour lesquels la marque est enregistrée.

21. La marque est enregistrée pour les produits énumérés à gauche ci-dessous ; le signe est déposé pour les produits énumérés à droite, mentionnés dans la langue originale anglaise du dépôt et dans la traduction en néerlandais. La traduction préférée des deux parties de "automobiles" par "voitures" a été utilisée à cette fin :

<u>Marque de GiGi</u>	<u>Signe de BXT</u>
Scooters électriques pliables	Electric vehicles; automobiles; motorcycles; bicycles; remote control vehicles, other than toys; <i>Véhicules électriques ; voitures ; motocyclettes ; bicyclettes ; véhicules télécommandés, autres que les jouets.</i>

22. Lors de l'audience, BXT a fait valoir qu'elle avait demandé à l'Office (le même jour) de limiter davantage les produits pour lesquels elle avait demandé l'enregistrement. Aucun élément de preuve à cet effet n'a été présenté. Lors de l'audience, on ne savait pas non plus si cette demande serait acceptée par l'Office. La Cour ne tiendra donc pas compte de cette prétendue limitation.

23. De l'avis de la Cour, les "electric vehicles" sont identiques aux produits pour lesquels la marque est enregistrée. En effet, il n'est pas contesté qu'un scooter électrique pliable est un véhicule électrique. Le fait qu'il existe d'autres véhicules électriques que les scooters électriques pliables n'enlève rien à cette réalité.

24. Pour les autres produits pour lesquels l'enregistrement du signe a été refusé (c'est-à-dire les "automobiles, motorcycles, bicycles, remote control vehicles, other than toys"), il existe une similitude avec les produits pour lesquels la marque a été enregistrée. La nature et la fonction de tous ces produits sont qu'il s'agit de moyens de transport, destinés au transport de personnes par route, qui peuvent être utilisés par les mêmes utilisateurs finals. L'allégation de BXT selon laquelle la fonction du scooter électrique pliable serait la pliabilité, n'est pas acceptée comme correcte. La fonction est le transport de personnes, la pliabilité est une propriété du produit qui contribue à la facilité d'utilisation. BXT a souligné à juste titre que les produits pour lesquels le signe est enregistré et ceux pour lesquels la marque est enregistrée ont une facilité d'utilisation différente. Toutefois, cela n'enlève rien au fait qu'ils ont tous la même nature et la même fonction et qu'ils sont des produits concurrents et complémentaires. L'utilisateur final peut se déplacer à l'aide d'un scooter électrique pliable ou d'une voiture (urbaine), d'un cyclomoteur ou de l'un des autres moyens de transport pour lesquels BXT a déposé son signe ou justement par une combinaison de ceux-ci. Le choix qu'il fait peut dépendre (de la priorité que l'utilisateur final accorde aux) des circonstances, telles que la distance à parcourir, l'intensité du trafic, les conditions météorologiques et la nécessité de transporter plusieurs autres passagers. Enfin, le fait que les véhicules à moteur, d'une part, et les bicyclettes, d'autre part, n'aient pas été précédemment considérés comme similaires, comme le souligne BXT, n'empêche pas les scooters électriques d'être similaires tant aux véhicules à moteur qu'aux bicyclettes.

25. Juist vanwege het complementaire karakter van de waren die onder het merk worden aangeboden en auto's, ligt verkoop via dezelfde verkoopkanalen in de rede. Ook worden tweewielers, zoals (al dan niet elektrische) motorrijwielen, scooters en fietsen vaak via dezelfde verkoopkanalen verkocht. Dat laatste geldt – blijkens de door GiGi overgelegde, door BXT niet bestreden, stukken – ook voor brommobielen en (elektrische) scooters.

Slotsom soortgelijkheid

26. De slotsom op grond van het voorgaande is dat naar het oordeel van het hof er sprake is van een hoge mate van soortgelijkheid tussen de waren waarvoor het merk is ingeschreven en de waren waarvoor het teken is gedeponereerd.

Verwarringsgevaar tussen het teken en het oudere merk?

27. De beoordeling van de vraag of een teken en een (ouder) merk zodanig overeenstemmen dat daardoor bij het in aanmerking komende publiek van de desbetreffende waren en/of diensten directe of indirecte verwarring kan ontstaan – waaronder is te verstaan het gevaar dat het publiek kan menen dat de betrokken waren of diensten van dezelfde onderneming of, in voorkomend geval, van economisch verbonden ondernemingen, afkomstig zijn – moet in aanmerking worden genomen dat het verwarringsgevaar globaal dient te worden beoordeeld volgens de algemene indruk die het teken en het (oudere) merk bij de gemiddelde consument van de betrokken waren en/of diensten, in casu het grote publiek, achterlaten, met inachtneming van de relevante omstandigheden van het geval, zoals de onderlinge samenhang tussen de overeenstemming van het teken en het merk en de soortgelijkheid van de betrokken waren en het onderscheidend vermogen van het (oudere) merk. Er dient sprake te zijn van reëel verwarringsgevaar.

28. In het onderhavige geval is de overeenstemming tussen het teken en het oudere merk gelegen in de repeterende twee-letterige lettergrepen steeds met de "T" als tweede letter, die het totaalbeeld van het teken en het merk bepalen. Dat in merk en teken de medeklinker verschilt kan – in aanmerking genomen de visuele overeenstemming tussen de G en de D, alsmede de auditieve overeenstemming tussen beide letters, namelijk in beide gevallen een plofklank, indien uitgesproken beginnend met, respectievelijk bestaand uit de D-klank – naar het oordeel van het hof niet afdoen aan de overeenstemmende algemene indruk van het merk en teken. Dat zowel merk als teken de connotatie hebben met een voornaam draagt verder aan de overeenstemmende totaalindruk bij. Het merk is niet beschrijvend voor de betrokken waren, zodat van een normaal onderscheidend vermogen is uit te gaan. Voor zover het teken is gedeponereerd voor identieke en soortgelijke waren als waarvoor het oudere merk is ingeschreven, is naar het oordeel van het hof, mede in aanmerking nemend dat de eindgebruiker in het algemeen niet de gelegenheid heeft merk en teken rechtstreeks met elkaar te vergelijken, maar aanhaakt bij het onvolmaakte beeld dat bij hem of haar is achtergebleven, sprake van (reëel) direct of indirect verwarringsgevaar. Dat geldt temeer omdat het bij het in aanmerking komend publiek bekend is dat het niet ongebruikelijk is dat verschillende voertuigen (auto's, motoren, (al dan niet elektrische) bromfietsen / scooters en/of fietsen) onder hetzelfde merk worden aangeboden.

Slotsom

29. Het bovenstaande leidt ertoe dat de oppositie terecht gedeeltelijk is toegewezen en het verzoek tot vernietiging van die beslissing moet worden afgewezen.

Proceskosten

30. BXT zal als de in het ongelijk gestelde partij worden veroordeeld in de kosten van het beroep. Daar in deze zaak geen griffierecht is geheven, zullen de kosten begroot worden aan de hand van de inmiddels vastgestelde Liquidatietarieven als bedoeld in artikel 4.9, onder c), van het Reglement op de procesvoering van het hof.

25. C'est précisément en raison du caractère complémentaire des produits proposés sous la marque et des voitures que la vente par les mêmes canaux de vente est logique. Les deux-roues, tels que les motocyclettes (électriques ou non), les scooters et les bicyclettes, sont aussi souvent vendus par les mêmes canaux de vente. Il en va de même - selon les documents présentés par GiGi et non contestés par BXT - pour les cyclomoteurs et les scooters (électriques).

Conclusion sur la similitude

26. La conclusion fondée sur ce qui précède est que, de l'avis de la Cour, il existe un degré élevé de similitude entre les produits pour lesquels la marque est enregistrée et les produits pour lesquels le signe a été déposé.

Risque de confusion entre le signe et la marque antérieure ?

27. Pour apprécier si un signe et une marque (antérieure) sont similaires au point de créer un risque de confusion directe ou indirecte chez le public concerné des produits et/ou services en question – lequel se définit comme le risque que le public peut penser que les produits ou services concernés proviennent de la même entreprise ou, le cas échéant, d'entreprises économiquement liées, il convient de tenir compte du fait que le risque de confusion doit être apprécié globalement sur la base de l'impression d'ensemble que le signe et la marque (antérieure) produisent sur le consommateur moyen des produits et/ou services en question, en l'espèce, le grand public, compte tenu des circonstances pertinentes de l'espèce, telles que l'interdépendance entre la similitude du signe et de la marque et la similitude des services en question et le caractère distinctif de la marque (antérieure). Il doit y avoir un risque réel de confusion.

28. En l'espèce, la similitude entre le signe et la marque antérieure réside dans les syllabes répétitives de deux lettres, le "I" étant toujours la deuxième lettre, qui déterminent l'aspect général du signe et de la marque. Selon la Cour, le fait que la consonne soit différente dans la marque et le signe - compte tenu de la similitude visuelle entre le G et le D, ainsi que de la similitude auditive entre les deux lettres, à savoir, dans les deux cas, une consonne explosive, s'il est prononcé à partir du son D ou constitué par celui-ci - ne modifie pas l'impression générale de similitude entre le signe et la marque. Le fait que la marque et le signe ont tous deux la connotation d'un prénom contribue à cette impression générale de similitude. La marque n'est pas descriptive pour les produits en question, de sorte qu'un caractère distinctif normal peut être présumé. Dans la mesure où le signe a été déposé pour des produits identiques et similaires à ceux pour lesquels la marque antérieure a été enregistrée, la Cour, compte tenu également du fait que l'utilisateur final n'a généralement pas la possibilité de comparer directement la marque et le signe entre eux, mais se rapporte à l'image imparfaite qu'il en a gardée en mémoire, considère qu'il existe un risque (réel) direct ou indirect de confusion. Cela est d'autant plus vrai que le public concerné est conscient qu'il n'est pas inhabituel que différents véhicules (voitures, motocyclettes, cyclomoteurs (électriques ou non), scooters et/ou bicyclettes) soient proposés sous une même marque.

Conclusion

29. Compte tenu de ce qui précède, l'opposition a été accueillie en partie à juste titre et la demande d'annulation de cette décision doit être rejetée.

Dépens

30. BXT, en tant que partie succombante, est condamnée aux dépens du recours. Aucun droit de greffe n'ayant été perçu dans la présente affaire, les frais seront fixés sur la base des taux de liquidation qui ont été déterminés, comme il est indiqué à l'article 4.9, sous c, du Règlement de procédure de la Cour.

Beslissing

Het Benelux-Gerechtshof, tweede kamer :

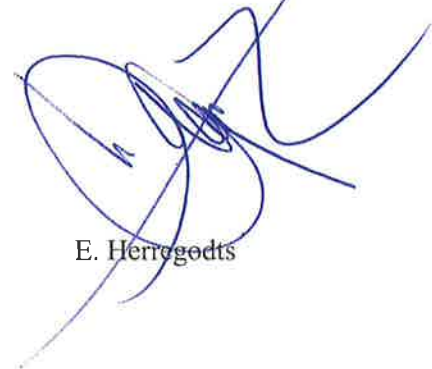
- Wijst het verzoek in beroep af;
- Verstaat dat de omschrijving van de waren waarvoor het aangevraagde teken niet kan worden ingeschreven luidt als volgt:

“Klasse 12: Elektrische voertuigen; auto's; motorrijwielen; fietsen; voertuigen, op afstand bestuurbaar, anders dan speelgoed.
- veroordeelt BXT in de kosten van het beroep, tot op heden aan de zijde van GiGi begroot op € 1.800,- aan salaris voor de advocaat.

Dit arrest is gewezen door mr. R. Kalden, mr. M.L. Meyer en mr. E. Herregodts; het is uitgesproken ter openbare terechtzitting van 4 december 2019, in aanwezigheid van A van der Niet, griffier.



A. van der Niet



E. Herregodts

Décision

La Cour de Justice Benelux, Deuxième Chambre :

- Rejette le recours ;
- Décide que la désignation des produits pour lesquels le signe demandé ne peut être enregistré est libellée comme suit :

« Classe 12 : véhicules électriques ; voitures ; motocyclettes ; bicyclettes ; véhicules télécommandés, autres que les jouets. »
- Condamne BXT aux dépens du recours, fixés à ce jour pour la partie GiGi à € 1.800,-, étant les honoraires de l'avocat.

Le présent arrêt a été rendu par R. Kalden, M.L. Meyer et E. Herregodts ; il a été prononcé à l'audience publique du 4 décembre 2019, en présence de M. A van der Niet, greffier.

A. van der Niet

E. Herregodts

