RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
Liberté
Égalité
Fraternité

OPP 24-3502
07/03/2025

DECISION

STATUANT SUR UNE OPPOSITION

****

LE DIRECTEUR GENERAL DE L'INSTITUT NATIONAL DE LA PROPRIETE INDUSTRIELLE ;

Vu le règlement (UE) n° 2017/1001 du Parlement européen et du Conseil du 14 juin 2017 ;—

Vu le code de la propriété intellectuelle et notamment ses articles L 411-4, L 411-5, L 712-3 à L 712-5-1, L 712-7, L-713-2, L 713-3, R 411-17, R 712-13 à R 712-19, R 712-21, R 712-26 et R 718-2 à R 718-5 ;

Vu l'arrêté du 24 avril 2008 modifié, relatif aux redevances de procédure perçues par l'Institut national de la propriété industrielle

Vu la décision modifiée n° 2014-142 bis du Directeur Général de l'Institut National de la Propriété Industrielle relative aux conditions de présentation et au contenu du dossier des demandes d'enregistrement de marques ;

Vu la décision n° 2019-158 du Directeur Général de l'Institut National de la Propriété Industrielle relative aux modalités de la procédure d'opposition à enregistrement d'une marque.

I.- FAITS ET PROCEDURE

Madame L L F a déposé le 13 juillet 2024, la demande d'enregistrement n° 5069577 portant sur le signe figuratif OLYMPEA.

Le 2 octobre 2024, la société PUIG FRANCE (société par actions simplifiée) a formé opposition à l'enregistrement de cette marque, sur la base des droits antérieurs suivants :

Document issu des collections du centre de documentation de l'INPI

- la marque verbale française OLYMPÉA déposée le 15 octobre 2014, enregistrée sous le n° 4126143, sur le fondement du risque de confusion et sur le fondement de l'atteinte à la renommée ;

- la marque verbale de l'Union européenne OLYMPÉA déposée le 16 octobre 2014, enregistrée sous le n° 13366877, sur le fondement du risque de confusion et sur le fondement de l'atteinte à la renommée ;

- la marque verbale de l'Union européenne OLYMPÉA SOLAR déposée le 9 avril 2021, enregistrée sous le n° 18572224, sur le fondement du risque de confusion .

L'opposition a été notifiée au titulaire de la demande d'enregistrement. Cette notification l'invitait à présenter des observations en réponse à l'opposition dans un délai de deux mois.

Aucune observation en réponse à l'opposition n'ayant été présentée à l'Institut dans le délai imparti, la phase d'instruction a pris fin, ce dont les parties ont été informées.

II.- DECISION

A. Sur l'atteinte à la renommée de la marque verbale française OLYMPÉA n° 4 126 143 et de la marque verbale de l'Union européenne OLYMPÉA n° 13 366 877

Le titulaire d'une marque jouissant d'une renommée en France ou, dans le cas d'une marque de l'Union européenne, d'une renommée dans l'Union, peut s'opposer à l'enregistrement d'une marque lorsque la marque postérieure est identique ou similaire à la marque antérieure, indépendamment du fait que les produits ou les services soient identiques, similaires ou non similaires, et lorsque l'usage de cette marque postérieure sans juste motif tirerait indûment profit du caractère distinctif ou de la renommée de la marque antérieure, ou leur porterait préjudice.

Cette protection élargie accordée à la marque de renommée suppose la réunion des conditions suivantes : premièrement, l'existence d'une renommée de la marque antérieure invoquée, deuxièmement, l'identité ou la similitude des marques en conflit et, troisièmement, l'existence d'un risque que l'usage sans juste motif de la marque demandée tirerait indûment profit du caractère distinctif ou de la renommée de la marque antérieure ou leur porterait préjudice ; que ces trois conditions sont cumulatives, l'absence de l'une d'entre elles suffisant à rendre inapplicable ce régime de protection.

Document issu des collections du centre de documentation de l'INPI

Sur la renommée des marques antérieures

La renommée implique un seuil de connaissance qui n'est atteint que lorsque la marque antérieure est connue d'une partie significative du public concerné par les produits ou services qu'elle désigne. Le public au sein duquel la marque antérieure doit avoir acquis une renommée est celui concerné par cette marque, c'est-à-dire selon le produit ou service commercialisé, le grand public ou un public plus spécialisé.

Afin de déterminer le niveau de renommée de la marque, il convient de prendre en considération tous les éléments pertinents de la cause, à savoir, notamment, la part de marché détenue par la marque, l'intensité, l'étendue géographique et la durée de son usage, ainsi que l'importance des investissements réalisés par l'entreprise pour la promouvoir.

En l'espèce, la société opposante invoque la renommée des marques française n° 4 126 143 et de l'Union Européenne n° 13 366 877 portant sur le signe verbal OLYMPÉA.

La renommée de la marque antérieure n° 4 126 143 est invoquée au regard des produits suivants : «*savons ; parfumerie, cosmétiques; produits de parfumerie et produits odorants (parfums) ; parfums ; préparations non médicamenteuses pour les soins et nettoyage du corps ; déodorants et antiperspirants ; savons et gels à usage personnel ; préparations non médicamenteuses pour le soin de la peau* ».

La renommée de la marque antérieure n° 13 366 877 est invoquée au regard des produits suivants : « *Produits de parfumerie, en particulier eaux de toilette; Cosmétiques, À savoir, Lotion pour le corps et Laits pour le corps; Produits de toilettes, À savoir, Lotion pour le corps et Laits pour le corps; Produits odorants; Eau de Cologne; Parfums; Préparations de nettoyage corporel et de soins de beauté, À savoir, Gels de bain, Gel de douche, Lotion pour le corps et Laits pour le corps; déodorant à usage personnel; Savons et gels à usage personnel, À savoir, Gel pour le bain et gel pour la douche; Préparations pour le soin de la peau, À savoir, Lotion pour le corps et Laits pour le corps*».

A cet égard, et afin de démontrer la renommée de ses marques antérieures, la société opposante indique notamment qu'elles sont connues «*sur le marché pertinent, où elles occupent une position solide parmi les marques leaders du marché*».

La société opposante avance fournir des documents « *faisant état du caractère iconique des produits en question "OLYMPÉA ICÔNE ABSOLUE" et de l'image positive de la marque, incarnée par un des plus grands tops model actuels, la brésilienne Luma Grothe* ». Elle joint de nombreuses pièces dans son annexe II parmi lesquelles :

- la copie d'une décision de l'Institut du 11 avril 2024 statuant sur une opposition fondée notamment sur une atteinte à la renommée des marques en cause ;
- des extraits de presse, dont les plus récents dates de 2022, portant sur les parfums OLYMPÉA, notamment dans les magazines GALA, COSMOPOLITAIN, CLOSER, BIBA, MARIE France, ou MADAME FIGARO qui mentionnent qu'il s'agit d'un parfum *« culte », « iconique », « mythique » aux « fragrances légendaires » ;*
- une copie de classement des ventes de parfums et des meilleurs parfums en 2021 ou OLYMPÉA est classé 44ème ; la copie d'un article du magazine ELLE en ligne, rubrique beauté

Document issu des collections du centre de documentation de l'INPI

tendances parfums, daté du 15 septembre 2017 « *On veut : les meilleurs parfums pour l'automne !* », OLYMPÉA est classé 59ème ;

- des copies de factures, datées entre le 18 avril 2019 et le 22 mars 2021, portant sur des prestations de coopération commerciale avec la société Marionnaud pour les différents parfums OLYMPEA pour des montants compris entre 60 000 et 300 000 euros.

Il n'est pas contesté, au vu de ces pièces, que les marques verbales antérieures OLYMPÉA aient acquis une renommée en France, notamment pour les « *parfums* ».

En conséquence, il convient d'examiner l'atteinte portée par le signe contesté à la renommée des marques antérieures pour les produits précités.

Sur la comparaison des signes

La demande d'enregistrement contestée porte sur le signe figuratif présenté ci-dessous :

Les marques antérieures portent sur le signe verbal OLYMPÉA

La société opposante soutient que les signes en cause sont similaires.

L'appréciation globale doit, en ce qui concerne la similitude visuelle, auditive ou conceptuelle des marques en cause, être fondée sur l'impression d'ensemble produite par les marques, en tenant compte notamment de leurs éléments distinctifs et dominants.

Il convient également de tenir compte du fait que le consommateur moyen des produits ou services en cause n'a que rarement la possibilité de procéder à une comparaison directe des différentes marques, mais doit se fier à l'image imparfaite qu'il a gardée en mémoire.

Il résulte d'une comparaison globale et objective des signes en présence que le signe contesté est composé d'un élément verbal associés à des éléments figuratifs et les marques antérieures sont constitués d'un unique élément verbal.

Il résulte d'une comparaison globale et objective des signes que ceux-ci ont en commun une dénomination visuellement proche et phonétiquement identique, à savoir OLYMPEA/OLYMPÉA.

Document issu des collections du centre de documentation de l'INPI

Les signes en cause diffèrent par la présence, au sein du signe contesté, d'éléments figuratifs et d'une présentation particulière.

Toutefois, la prise en compte des éléments distinctifs et dominants de ces signes conduit à tempérer les différences relevées ci-dessus.
En effet, les dénominations OLYMPÉA, constitutive des marques antérieures, et OLYMPEA du signe contesté apparaissent distinctives à l'égard des produits en cause.

En outre, la dénomination OLYMPEA présente un caractère dominant au sein du signe contesté, dès lors qu'il sera désigné par cette dénomination qui apparaît immédiatement perceptible

A cet égard, la présentation particulière du signe contesté et les éléments figuratifs n'altèrent pas la perception immédiate du terme OLYMPEA et ne sont pas perçus au plan phonétique.

Ainsi, compte tenu des ressemblances d'ensemble entre les signes et de la prise en compte de leurs éléments distinctifs et dominants, il existe une similarité entre eux.

En conséquence, le signe contesté OLYMPEA apparaît similaire aux marques antérieures de renommée OLYMPÉA.

Sur le lien entre les signes dans l'esprit du public

Afin d'établir l'existence d'un risque de préjudice, il convient d'établir que, compte tenu de tous les facteurs pertinents, le public concerné établira un lien entre les signes.

Les critères pertinents sont notamment le degré de similarité entre les signes, la nature des produits et des services (y compris le degré de similarité ou de dissemblance de ces produits et services) ainsi que le public concerné, l'intensité de la renommée de la marque antérieure, (afin de déterminer si celle-ci s'étend au-delà du public visé par cette marque), le degré de caractère distinctif intrinsèque ou acquis par l'usage de la marque antérieure et l'existence d'un risque de confusion s'il en existe un.

En l'espèce, la demande d'enregistrement porte sur les produits suivants : « *sellerie ; colliers pour animaux ; habits pour animaux de compagnie*».

Pour démontrer l'existence d'un lien entre les signes dans l'esprit du public, la société opposante invoque la similitude entre les signes à un degré élevé, la similitude entre les produits en cause, la forte renommée des marques antérieures OLYMPÉA et l'existence d'un risque de confusion dans l'esprit du public entre les marques.

En l'espèce, il est vrai que les marques antérieures OLYMPÉA bénéficient d'une renommée auprès du grand public pour désigner des produits de parfumerie, comme démontré précédemment.
Comme il a été précédemment relevé, les signes en présence OLYMPEA et OLYMPÉA présentent d'importantes similitudes.

Document issu des collections du centre de documentation de l'INPI

La société opposante indique que les « *entreprises opérant dans le domaine du luxe, comme la société opposante, diversifient leurs activités en proposant des cosmétiques, des parfums, mais également des articles d'habillement et de maroquinerie*» ainsi que des vêtements et accessoires pour animaux, en joignant une **Annexe I** illustrant son propos.

Par conséquent, au regard de l'argumentation de la société opposante, conjuguée à la similarité des signes ainsi qu'à la renommée des marques antérieures pour des parfums, il peut être considéré que lorsque les consommateurs concernés rencontreront le signe contesté OLYMPEA pour des articles de « *sellerie ; colliers pour animaux ; habits pour animaux de compagnie»,* ils seront susceptibles d'opérer un lien avec les marques antérieures OLYMPÉA, ce qui n'est pas contesté par la déposante.

Sur le risque de préjudice

Il existe un risque de préjudice lorsque l'usage de la demande d'enregistrement contestée pourrait tirer indûment profit du caractère distinctif ou de la renommée de la marque antérieure, pourrait porter préjudice à la renommée de la marque antérieure ou porter préjudice à son caractère distinctif.

Il appartient à la société opposante d'établir que le préjudice ou le profit indu est probable en ce sens qu'il est prévisible dans des circonstances normales.

En outre, l'opposant invoque le fait que la demande d'enregistrement contesté «*contribue à diluer le pouvoir distinctif de sa marque VITALE, en laissant faussement croire aux consommateurs que le terme « vital(e) » est un nom usuel dépourvu de protection et librement utilisable, et son usage pourrait ainsi entrainer un préjudice pour la marque renommée VITALE*».

Il en résulte que l'usage de la demande d'enregistrement contestée est susceptible de tirer indûment profit du caractère distinctif ou de la renommée de la marque antérieure pour les produits et services susvisés, ce qui n'est pas contesté par la déposante.

En l'espèce, la société opposante soutient que « *sur le marché du luxe, les produits demandés en classe 18 attireraient l'attention du consommateur par l'association à l'opposante et ses marques antérieures, ce qui lui procurerait un avantage commercial par rapport aux produits de concurrents*. Cet avantage économique consisterait dans l'exploitation de l'effort déployé par l'opposante pour établir la renommée et l'image de ses marques antérieures, sans aucune compensation en échange.

Elle en déduit que le public pourra *« cela correspond à un profit indûment tiré de la renommée des marques antérieures de l'opposante*».

Il apparaît que la demande d'enregistrement contestée est donc susceptible de tirer indument profit du caractère distinctif ou de la renommée des marques antérieures.

En conséquence, la demande d'enregistrement contestée OLYMPEA doit être rejetée pour les produits précités, sur le fondement d'une atteinte à la renommée des marques antérieures OLYMPÉA.

Document issu des collections du centre de documentation de l'INPI

B. Sur le risque de confusion avec la marque verbale français OLYMPÉA n° 4 126 143 et les marques verbales de l'Union européenne OLYMPÉA n° 13 366 877 et OLYMPÉA SOLAR n° 18572224

Il n'y a pas lieu de statuer sur le fondement du risque de confusion avec les marques antérieures OLYMPÉA n° 4 126 143, n° 13 366 877 et OLYMPÉA SOLAR n° 18572224, dès lors que l'opposition apparaît totalement justifiée sur la base du fondement examiné précédemment.

CONCLUSION

En conséquence, le signe figuratif contesté OLYMPEA ne peut pas être adopté comme marque pour désigner des « *sellerie ; colliers pour animaux ; habits pour animaux de compagnie* », sans porter atteinte à la renommée des marques antérieures OLYMPÉA.

PAR CES MOTIFS

DECIDE

Article 1 : L'opposition est reconnue justifiée.

Article 2 :La demande d'enregistrement est rejetée.

Document issu des collections du centre de documentation de l'INPI