

COUR DE JUSTICE

BENELUX

GERECHTSHOF

~

**TWEEDE KAMER
DEUXIÈME CHAMBRE**

C 2020/10

ARREST

Inzake:

WAN

Tegen:

WORLDWIDE BRANDS

Procestaal: Nederlands

ARRET

En cause :

WAN

Contre:

WORLDWIDE BRANDS

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

Deuxième chambre

C 2020/10/7

Arrêt du 5 octobre 2021

En cause

Monsieur ERIC GUANGYU WAN, demeurant à 3642 West 2nd Avenue, Vancouver BC V6R 1J7, Canada

Requérant (ci-après : requérant),

contre

la société de droit étranger WORLDWIDE BRANDS INC., ayant son siège social à 50667 Cologne, Richmondstrasse 13, Allemagne,

défenderesse (ci-après : défenderesse),

A. PROCEDURE

A.1. Décision de radiation n° 3000064 du 11 juin 2020

1. Le 19 novembre 2018, la défenderesse a introduit une demande en déchéance (ci-après : la « *demande* ») de la marque spécifiée ci-après auprès de l'OBPI. La demande était basée sur l'article 2.27, alinéa 2, de la Convention Benelux en matière de propriété intellectuelle (ci-après : « CBPI »), à savoir que la marque spécifiée ci-après n'aurait pas fait l'objet d'un usage sérieux conformément à l'article 2.23bis CBPI.

La demande était dirigée contre la marque verbale « CAMEL » et spécifiquement :

L'enregistrement de marque international portant le numéro 406715 au nom du requérant, avec désignation du Benelux, déposée le 8 mai 1974 et enregistrée pour des produits dans la classe 21 de Nice (ci-après la « *marque* »).

La demande de radiation était dirigée contre tous les produits de la marque, plus particulièrement la classe 25 (Vêtements, en particulier les chemises).

2. La langue de la procédure était l'anglais.
3. Par décision du 11 juin 2020 (n° 3000064), il a été fait droit à la demande de radiation et l'enregistrement international 406715 a été frappé de déchéance en totalité pour le Benelux.
4. L'OBPI a analysé l'opposabilité et la force probante des pièces produites qui attesteraient un « usage sérieux des produits concernés » et a considéré que « les montants des ventes » sont insuffisants pour démontrer un tel usage.

Concrètement, l'OBPI a constaté que la vente de « *seulement 17 articles, à un prix très bas, en Belgique et au Luxembourg ne représente pas un volume commercial suffisant, compte tenu du type de marchandises concernées* ».

5. Par souci de complétude et de lisibilité de la présente décision, on trouvera ci-après une liste des pièces analysées par l'OBPI :
 - 1) Copies de 5 commandes de ventes réalisées par l'intermédiaire de AliExpress.com, datées entre le 19 et le 29 décembre 2018, envoyées aux Pays-Bas ;
 - 2) Copies de 16 commandes de ventes réalisées par l'intermédiaire d'Amazon.fr et d'Amazon.de, datées entre mai et septembre 2018, envoyées en Belgique ;
 - 3) Copie d'une commande de vente réalisée par l'intermédiaire d'Amazon.fr, datée de juillet 2018, envoyée au Luxembourg ;
 - 4) Captures d'écran d'Amazon.de et Amazon.fr montrant un modèle de short et un modèle de soutien-gorge de sport qui sont proposés à la vente sous la marque CAMEL. Plusieurs captures d'écran sont des copies identiques. Ces documents ne sont soit pas datés, ou datés du 28 décembre 2018. En ce qui concerne le soutien-gorge de sport, les commentaires des clients sont datés entre mai et novembre 2018 ;
 - 5) Des copies du look book CAMEL de 2015/2016 et 2017/2018 ;
 - 6) Copie d'un contrat de licence entre le requérant et le vendeur sur Amazon ;
 - 7) Acte de naissance du requérant.

A.2. LES DEMANDES ET L'ARGUMENTATION DEVANT LA COUR DE JUSTICE BENELUX

6. Le requérant demande à la Cour de réviser la décision de radiation et, par conséquent, de rejeter la demande initiale de radiation de la marque. En outre, les frais de procédure dans les deux instances sont réclamés.
7. L'argumentation du requérant peut se résumer comme suit :
 - Le requérant exploite une boutique en ligne sous le nom de domaine "*camelstore.com*" et plusieurs boutiques en ligne sur les plateformes Internet Amazon et AliExpress. À partir de ces boutiques en ligne, ERIC GUANGYY WAN vise le marché mondial, en ce compris le Benelux.

- Le requérant est récemment devenu le titulaire de la marque (cf. demande de régularisation du 22 octobre 2018 auprès de l'OMPI). Cette demande a été abandonnée le 5 mars 2019. Le 17 juin 2019, une nouvelle demande a été déposée et le 1^{er} août 2019, le requérant a été enregistré en tant que titulaire de la marque.
- La marque est utilisée en tout cas sur les sites web "Amazon.de", "Amazon.fr" et "Amazon.co.uk" depuis 2018. L'utilisation sur "Amazon.de" vise le Benelux, car les publicités sont en néerlandais depuis 2016. Le requérant se réfère aux documents qu'il a soumis à l'Office et dont ressort cet usage selon lui, ainsi qu'à des documents supplémentaires produits en appel.
- Le requérant souligne l'accessibilité et le succès dans le Benelux des sites "Amazon" répertoriés, en faisant référence au nombre massif de visiteurs.
- Ce qui est vrai pour le site "Amazon" l'est aussi pour le site "AliExpress". Ce site web est une entreprise importante sur le marché du Benelux.
- Le requérant fait valoir ensuite que l'OBPI a méconnu les preuves :
 - La pièce 1 (annexe 1) indique bien les dates.
 - Cela ressort de la fenêtre de conversation des pages 3 et 4 où le vendeur des produits portant la marque a envoyé deux messages à l'acheteur le 18 janvier 2018.
 - Par ailleurs, en page 5 et 6, il est mentionné qu'une commande a été envoyée le 29 septembre 2018 aux Pays-Bas (La Haye). Le 9 novembre 2018, cet acheteur a également envoyé un message publicitaire.
 - Par ailleurs, en page 7 et 8, il est indiqué qu'une commande a été envoyée le 7 octobre 2018 aux Pays-Bas (Gemert-Bakel). Le 9 novembre 2018, cet acheteur a également envoyé un message publicitaire.
 - Enfin, aux pages 9 et 10, il est indiqué qu'une commande a été envoyée le 5 septembre 2018 aux Pays-Bas (Gemert-Bakel). Le 10 novembre 2018, cet acheteur a également envoyé un message publicitaire.
 - En ce qui concerne les annexes 2 et 4, l'OBPI n'a pas admis à tort que l'utilisation par le biais d'"Amazon" ne constituerait pas une utilisation pertinente sur le marché du Benelux.
 - L'annexe 5 a également été appréciée erronément. Les efforts de marketing du titulaire de la marque décrits dans ce document ont une portée dans le Benelux, étant donné le rôle important des "sites web étrangers" dans le Benelux.
 - Les documents qui ont été acceptés comme preuve par l'OBPI constituent une preuve légale suffisante d'un "usage pertinent de la marque". L'utilisation de la marque était orientée vers l'extérieur et visait à créer ou à maintenir une part de marché.
- Les efforts de marketing (spécifiquement dans le Benelux) ont généré un chiffre d'affaires de 9.954,49 €.

B. APPRECIATION

B.1. Usage sérieux

8. Pour apprécier le contenu de la notion « usage sérieux », la Cour se réfère à un arrêt (de base) de la Cour de justice de l'Union européenne du 11 mars 2003 (CJCE 11 mars 2003, C-40/01, ECLI:EU:C:2003:145 (Ansul v. Ajax). La Cour de justice a estimé dans un considérant essentiel concernant « l'usage sérieux » (point 36) qu'il doit s'agir « d'un usage qui n'est pas effectué à titre symbolique, aux seules fins du maintien des droits conférés par la marque ». En fonction

des circonstances de l'espèce, le requérant doit prouver que l'usage qui était fait de la marque (par le titulaire ou avec son consentement) visait « à créer ou à conserver un débouché (...) par rapport aux produits ou aux services provenant d'autres entreprises ». En d'autres termes, l'exploitation commerciale doit être réelle, tout en tenant compte des usages dans le secteur concerné, le juge devant prendre en compte (sans que ce soit limitatif) (i) la nature du produit ou service concerné, (ii) les caractéristiques du marché concerné et (iii) l'étendue et la fréquence de l'usage de la marque, sachant qu'il n'est pas nécessaire que l'usage de la marque soit quantitativement important pour être qualifié de sérieux (voir le point 39 dans l'arrêt précité).

Dans cette optique et pour être complet, il est à noter que l'usage de la marque ne doit pas être nécessairement *intensif*. Selon la jurisprudence de la Cour de justice de l'Union européenne et du Tribunal de l'Union européenne, l'*usage sérieux* ne vise pas à contrôler le succès commercial ou la stratégie commerciale d'une entreprise, ni à limiter la protection conférée par les marques aux situations où il y a un usage quantitativement considérable de la marque. Il n'est pas possible de déterminer a priori et de façon abstraite quel seuil quantitatif doit être retenu pour qu'il y ait un usage sérieux. Lorsqu'il répond à une réelle justification commerciale, un usage même minime de la marque ou qui n'est le fait que d'un seul importateur dans l'État membre concerné peut être suffisant pour établir l'existence d'un caractère sérieux (cf. CJUE 11 mai 2006, C-416/04, ECLI:EU:C:2006:310 (Sunrider) et CJUE 27 janvier 2004, C-259/02, ECLI:EU:C:2004:50 (La Mer Technology) ; TUE 8 juillet 2004, T-334/01, ECLI:EU:T:2004:223 (Hipoviton) ; TUE 30 avril 2008, T-131/06, ECLI:EU:T:2008:135 (Sonia Sonia Rykiel)).

B.2. Période pertinente

9. L'usage sérieux doit être prouvé dans la période pertinente, compte tenu de la date de la demande de radiation (19 novembre 2018), du 19 novembre 2013 au 19 novembre 2018 (ci-après la « période pertinente »), mais le juge peut également prendre en compte dans son appréciation des circonstances postérieures à la période pertinente lorsqu'elles « peuvent permettre de confirmer ou de mieux apprécier la portée de l'utilisation de la marque au cours de la période pertinente ainsi que les intentions réelles du titulaire au cours de la même période » (voir le point 31 dans l'arrêt du 27 janvier 2004 de la Cour européenne de justice (CJCE (C-259/02) ECLI:EU:C:2004:50 (La Mer Technology)).

B.3. L'« usage » de « CAMEL-CROWN » et « CAMEL CROWN » comme preuve d'usage de la marque

10. Conformément à l'article 2.23bis, alinéa 5, sous a, CBPI (anciennement 2.26, alinéa 3, sous a, CBPI), on entend également par « usage » de la marque (s'agissant de la question de l'existence d'un usage sérieux) l'usage de la marque sous une forme qui diffère par des éléments. Il est essentiel que le caractère distinctif de la marque dans la forme sous laquelle elle est enregistrée ne soit pas altéré. En l'espèce, un terme est ajouté à la marque dans les preuves présentées, à savoir le terme "CROWN". Malgré cet ajout, la Cour considère qu'il est prouvé à suffisance de droit que la marque originelle (CAMEL) est toujours identifiable en tant

que partie autonome, de sorte que l'utilisation de la combinaison des termes "CAMEL" et "CROWN" peut être retenue comme preuve de l'utilisation du terme "CAMEL" en tant que marque.

B.4. Usage de la marque par des tiers

11. La marque a été enregistrée le 8 mai 1974 et est inscrite au registre de l'*Organisation mondiale de la Propriété intellectuelle* (ci-après "OMPI") au nom du requérant depuis le 1^{er} août 2019 (après une demande à cet effet le 17 juin 2019). Il n'est pas contesté par les parties que, avant cet enregistrement, la marque était enregistrée au nom de IN.PRODI.DI-INGHAMIE PRODUZIONE SPA.
11. Une partie des preuves d'usage concerne l'utilisation de la marque par des tiers. Cette utilisation ne peut servir à justifier l'usage de la marque que si le requérant prouve que le titulaire de la marque pendant la période pertinente (IN.PRODI.DI-INGHAMIE PRODUZIONE SPA) a consenti à ces tiers l'utilisation de la marque.
12. Le requérant n'est pas suivi lorsqu'il fait valoir que la défenderesse ne peut plus remettre en cause l'usage concret (par le titulaire de la marque pendant la période pertinente ou avec son consentement) parce qu'aucun recours n'a été introduit concernant la valeur probante que l'OBPI attachait aux documents. D'une part, la défenderesse cherche à faire confirmer définitivement la décision finale de l'OBPI (même si c'est donc en partie pour d'autres motifs), mais cela implique également une défense contre l'argumentation plus détaillée du requérant telle que développée dans sa requête.

En outre, la Cour constate que la défenderesse n'a pas du tout indiqué de "*manière générale*" que les pièces justificatives étaient insuffisantes pour prouver un usage sérieux, mais a concrètement remis en cause l'argument du défaut de consentement (c'est-à-dire le lien avec le requérant) en contestant que les relations citées entre GIAONGZHOU - GUANGYY WAN (ventes par le canal Amazon) et GUANDONG - GUANGYY WAN (ventes par le canal AliExpress.com sous le nom de GUANDONG CAMEL APPAREL Co. Ltd.) constituent une preuve du consentement par le titulaire de la marque à cette époque (IN.PRODI.DI-INGHAMIE PRODUZIONE SPA).

13. Toutefois, la Cour admet ce consentement et ce, sur la base de la lettre du conseil du titulaire de la marque de l'époque dans la période pertinente (c'est-à-dire IN.PRODI.DI-INGHAMIE PRODUZIONE SPA). Dans sa lettre du 12 mars 2019 et du 2 août 2019, le conseil d'IN.PRODI.DI-INGHAMIE PRODUZIONE SPA confirme (c'est-à-dire avant la cession formelle de la marque au requérant) que le requérant était responsable de la distribution. Ainsi, la relation entre IN.PRODI.DI-INGHAMIE PRODUZIONE SPA et le requérant est suffisamment prouvée en droit, relation à partir de laquelle le consentement à disposer de la marque est suffisamment établi en droit. C'est le requérant qui, par le biais de ses relations, a ensuite effectué la vente via Amazon (plus précisément Amazon.de, Amazon.fr et Amazon.co.uk avec un accord sous-jacent avec GUIAONGZHOU HONGQIE HUWAIYONGPIN YOUXIANGONGSI) et AliExpress (avec un

accord sous-jacent avec GUANDONG CAMEL APPAREL Co.). La Cour ne voit aucune raison de mettre en doute le consentement du titulaire de la marque au cours de la période pertinente (IN.PRODI.DI-INGHAMIE PRODUZIONE SPA) compte tenu de la confirmation explicite de celui-ci par son représentant. Le fait que ce consentement ne soit pas formalisé ne signifie pas qu'il ne serait pas opposable à WORLDWIDE BRANDS.

B.5. Preuves d'un « usage » de la marque dans la période pertinente

14. L'argumentation de la défenderesse concernant l'usage sérieux peut être divisée en deux parties : *d'une part*, la mention de preuves concrètes de ventes (ou à tout le moins de communication concernant de telles ventes) au cours de la période pertinente et, *d'autre part*, la présence de la marque sur les sites Internet "Amazon.de", "Amazon.co.uk", "Amazon.fr" et "AliExpress.com" au cours de la période pertinente.
15. Il y a lieu de relever ce qui suit en ce qui concerne la question de savoir si les preuves d'usage présentées se rapportent à la période pertinente :

<p>Annexe 01 Lettre datée du 12 mars 2019 au nom de IN.PRODI.DI-INGHAMIE PRODUZIONE SPA (le titulaire de la marque dans la période pertinente) avec annexe 1-6 (Exhibit 1-6)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Exhibit One: Proof of use of the trademark for clothing on Ali Express, namely sales of various clothing products in the Benelux; • Exhibit Two: Sales on Amazon.de of training shorts; • Exhibit Three: Sales on Amazon.fr of sporting bras; • Exhibit Four: Sales on Amazon.fr of leggings; • Exhibit Five: Online offering of products on Amazon.fr and Amazon.de • Exhibit Six: Brochures since 2015 	<p><u>La Cour considère ce qui suit :</u></p> <p><u>Exhibit 1</u> démontre à suffisance de droit les ventes suivantes :</p> <p>1 commande traitée en janvier 2018 (Dordrecht)(Pays-Bas) 1 commande traitée en septembre 2018 (La Haye) (Pays-Bas) 1 commande traitée en octobre 2018 (Gemert-Brakel) (Pays-Bas) 1 commande traitée en août/septembre 2018 (Arnhem) (Pays-Bas)</p> <p><u>Exhibit 2, 3 et 4</u> Ces documents prouvent à suffisance de droit les ventes cours de la période mai-septembre 2018 de, respectivement, 5 commandes réalisées aux Pays-Bas (via AliExpress.com), 16 commandes réalisées en Belgique (via Amazon.fr et Amazon.de) et 1 commande réalisée au Luxembourg (via Amazon.fr).</p> <p><u>Exhibit 5</u> L'OBPI a jugé à juste titre que les copies d'écran d'Amazon.de et Amazon.fr ne sont soit pas datées, soit datées du 28 décembre 2018. Uniquement en ce qui concerne le soutien-gorge de sport, il est admis que l'avis du client est daté de la période pertinente (entre mai et novembre 2018).</p>
--	--

	<p><u>Exhibit 6</u></p> <p>L'OBPI a jugé à juste titre que ces brochures (lookbooks) ne constituent pas une preuve suffisante de la distribution sur un certain territoire. Ces documents ne donnent aucune indication sur le territoire qu'ils visent (voir infra), mais la Cour ne se voit pas non plus communiquer la moindre information sur leur diffusion effective.</p>
<p>Annexe 02</p> <p>Lettre datée du 2 août 2019 au nom de IN.PRODI.DI-INGHAMIE PRODUZIONE SPA (le titulaire de la marque dans la période pertinente) avec les annexes 1-3</p> <p>Exhibit 1: Authorized Dealer Agreement Exhibit 2: Business License Exhibit 3: Confidential Trademark Assignment</p>	<p>Ces documents se rapportent au consentement éventuel à l'usage tel qu'il est apprécié au point 13 du présent arrêt. Ils ne constituent pas en eux-mêmes la preuve d'un quelconque usage au cours de la période pertinente.</p>
<p>Annexe 04</p> <p>Captures d'écran actuelles de la boutique en ligne ("camelstore.com") de l'actuel titulaire de la marque (le requérant)</p>	<p>Ces informations "<i>actuelles</i>" ne constituent pas une preuve de l'utilisation de la marque pendant la période pertinente.</p> <p>On ne peut pas non plus conclure des affirmations du requérant que ces documents confirment l'étendue de l'usage de la marque au cours de la période pertinente ou contribuent à une meilleure appréciation de l'étendue de cet usage.</p>
<p>Annexe 05</p> <p>Captures d'écran actuelles de diverses boutiques en ligne du titulaire actuel de la marque (le requérant)</p>	<p>La fourniture de captures d'écran "<i>actuelles</i>" ne prouve pas l'utilisation de la marque au cours de la période pertinente.</p> <p>Il ne peut non plus être conclu des déclarations du requérant que ces documents confirment l'étendue de l'utilisation de la marque pendant la période pertinente ou contribuent à une meilleure appréciation de l'étendue de l'utilisation de la marque.</p>
<p>Annexe 06</p> <p>Captures d'écran des pages web des versions allemande, française et anglaise de la boutique en ligne Amazon</p>	<p>Ces captures d'écran datent du 7 août 2020. Les pages web indiquent une date de la période pertinente à laquelle la page est censée avoir été créée. La Cour considère qu'il est très douteux que la page web de la période pertinente aurait eu le même contenu qu'au moment de la capture d'écran (et aurait donc montré les mêmes produits), compte tenu de l'adaptation des produits aux différentes saisons de la mode.</p>
<p>Annexes 07 - 16</p> <p>Statistiques et informations concernant les plateformes internet utilisées</p>	<p>Ces documents ne constituent pas une preuve directe d'utilisation pendant la période pertinente. Ces documents sont traités aux points 17 et 18 du présent arrêt.</p>

B.6. Concrètement « usage sérieux » de la marque dans le Benelux pendant la période pertinente en ce qui concerne les preuves d'usage pertinentes

16. A la lumière de l'appréciation ci-dessus de l'usage pendant la période pertinente, il convient de vérifier dans quelle mesure cet usage peut être considéré comme sérieux sur le territoire du Benelux. Deux lignes d'argumentation doivent être évaluées (i) la présence de la marque sur les plateformes "Amazon.fr", "Amazon.de" et "AliExpress.com" et (ii) les ventes concrètes prouvées dans le Benelux.

B.6.a. Présence de la marque sur les plateformes "Amazon.fr", "Amazon.de" et "AliExpress.com"

(i) Amazon.co.uk et Amazon.fr

17. L'OBPI a jugé à juste titre que le fait qu'un site web soit en soi accessible au public du Benelux (Belgique, Pays-Bas et Luxembourg) ne constitue pas une preuve suffisante de l'usage sérieux de la marque dans le Benelux. L'OBPI a constaté à juste titre qu'Internet est par définition accessible dans le monde entier et peut être consulté par tout utilisateur (indépendamment du lieu d'accès). Toutefois, cette constatation ne conduit pas automatiquement à un usage sérieux dans chaque pays à partir duquel le site web peut être visité. Il ne suffit pas non plus à cette fin que les produits puissent être expédiés vers les pays du Benelux.

L'analyse des différents sites Internet montre que les plateformes Internet "Amazon.fr" et "Amazon.de" s'adressent principalement au public français et allemand respectivement (consommateurs). A cet égard, l'OBPI a fait référence à la langue (standard) utilisée sur ces sites web et cc TL. La Cour juge insuffisantes les données fournies sur la preuve d'un usage sérieux via les sites Amazon indiqués. Le fait qu'une version néerlandaise d'Amazon.de soit fournie n'est pas convaincant pour mettre en avant "*le nombre massif de visiteurs en provenance des Pays-Bas*". Une telle traduction prouve seulement qu'un module de traduction a été intégré au site web en question. En outre, la défenderesse a déclaré sans contestation que la version traduite contient des erreurs linguistiques "innombrables", de sorte que le simple fait qu'un module de traduction existe est également insuffisant pour conclure que l'utilisation de la marque sur Amazon.de constitue un usage sérieux de la marque dans le Benelux.

La popularité générale de la plateforme "Amazon.com" (un site web qui n'est pas utilisé pour vendre des produits sous la marque) ne prouve pas au demeurant que la marque fait l'objet d'un usage sérieux le Benelux par le biais des plateformes plus spécifiques "Amazon.fr" et "Amazon.de". Il est important de noter que l'offre sur le site .com est différente de celle des sites .de et .fr.

Les recommandations de certains sites (blogs) faisant référence à la possibilité de commander via la plateforme Amazon, sont insuffisantes pour conclure à un usage sérieux de la marque

dans le Benelux. Ceci est d'autant plus vrai que les recommandations datent principalement d'avant la période pertinente et également d'avant l'utilisation de la marque à partir du printemps 2018. Dans cette optique, on peut d'ailleurs se référer à l'appréciation correcte de l'OBPI selon laquelle un usage sérieux ne saurait être admis sur la base de probabilités ou de présomptions (référence à TUE, Vogue, T-382/08, 18 janvier 2011, ECLI:EU:T:2011:9).

Le fait qu'après la période pertinente Amazon ait choisi d'utiliser un nom de domaine néerlandais et belge ne constitue pas non plus une preuve d'utilisation quelconque pendant la période pertinente.

En général, la Cour accepte l'argument selon lequel, en utilisant une extension de pays spécifique (niveaux supérieurs des noms de domaine), il est évident pour le public pertinent que ce site web et les produits proposés sont destinés à ces pays spécifiques. Même si le public pertinent supposait qu'il peut commander des produits via ce site web et se les faire livrer, il s'agit toujours d'une offre "*hors Benelux*", par laquelle un client peut obtenir, grâce notamment à la réglementation européenne sur la libre circulation des marchandises, les mêmes avantages qu'un résident national (respectivement anglais, français et allemand) qui est spécifiquement visé par le site web.

(ii) AliExpress.com

18. Alors qu'en ce qui concerne les sites web d'Amazon, le requérant a fourni des arguments qui indiqueraient une approche concrète du marché spécifique (à savoir le marché du Benelux), aucun argument de ce type n'a été développé en ce qui concerne le site web AliExpress.com. Le requérant fait référence à la réputation de la plateforme. Dans le droit fil de l'appréciation ci-dessus (Amazon), la Cour estime que la réputation de la plate-forme dans son ensemble ne prouve pas à elle seule qu'il y a eu usage sérieux de la marque. Le requérant ne prouve pas à suffisance de droit qu'il (ou le titulaire de la marque de l'époque) a utilisé cette plate-forme sur le marché pertinent pour créer un marché dans le Benelux.

B.6.b. Les ventes concrètes (prouvées) dans le Benelux

19. Pour apprécier si la limite inférieure d'un "*usage sérieux*" est prouvée à suffisance de droit, la Cour prend en compte la nature des produits offerts comme la circonstance pertinente la plus importante de l'affaire. Les produits proposés concernent des vêtements dans la gamme de prix inférieure. Ces produits sont considérés par la Cour comme des produits de masse. Dans l'appréciation, le succès commercial n'est pas déterminant pour prouver l'usage sérieux. Toutefois, l'exploitation commerciale doit être réelle afin de prouver un usage sérieux.

D'après l'analyse des documents, on peut prendre en compte au maximum 27 produits vendus (voir l'analyse du document 1 au point 15), représentant un chiffre d'affaires total de 428 USD et 110 €. L'OBPI a décidé à juste titre que de tels chiffres (l'OBPI a admis 17 produits vendus), même si 10 autres sont acceptés, sont tout à fait insuffisants pour prouver un usage sérieux

des produits en question. Ces chiffres ne sont pas considérés comme la preuve d'une réelle exploitation commerciale et ce, compte tenu de la nature des marchandises et du marché. La Cour a rappelé à juste titre que l'usage de la marque ne doit pas nécessairement être quantitativement étendu pour être qualifié de sérieux, mais l'OBPI a également jugé à juste titre que la vente de 17 (présentement 27) articles à bas prix n'atteste pas à suffisance de droit d'un volume commercial suffisant et nécessaire qui, en soi, pourrait révéler un usage sérieux.

20. Dans un souci de complétude, il est enfin indiqué que le prétendu chiffre d'affaires de 9.954,49 € réalisé dans le Benelux au cours de la période pertinente n'est étayé par aucun document. Le requérant a eu suffisamment d'occasions d'en apporter la preuve au cours de la procédure. Il n'est pas non plus prouvé que des efforts de marketing quelconques aient été déployés en direction du Benelux. Les ventes effectives ne révèlent des actes préparatoires quelconques au cours de la période pertinente dans le Benelux.

B.7. Conclusion

21. Au vu de l'appréciation qui précède, la Cour estime donc que l'OBPI a statué à juste titre sur l'usage de la marque. Les éléments de preuve cités ne convainquent pas suffisamment la Cour pour parvenir à une décision différente. La Cour rejettera donc la demande du requérant. Le requérant, en tant que partie qui succombe, sera condamné aux frais de la procédure de recours, calculés pour la partie défenderesse sur la base du règlement de procédure et fixés à 1.200 € (en l'absence de plaidoiries).

C. DECISION

La Cour de Justice Benelux, Deuxième Chambre :

Rejette la demande en recours ;

- Condamne le requérant au paiement à la défenderesse d'une somme € 1.200, étant les frais de la procédure de recours.

Le présent arrêt a été rendu par S. GRANATA, J.I. DE VREESE-ROOD et T. SCHILTZ , il a été prononcé à l'audience publique du 5 octobre 2021, en présence de A. van der Niet, greffier.

A. van der Niet
Greffier

M.-F. Carlier
Présidente