

10 JUIN 2008

REFUS PROVISOIRE DE PROTECTION EN FRANCE D'UN ENREGISTREMENT INTERNATIONAL SUITE A UNE OPPOSITION

Notifié au Bureau International de l'O.M.P.I. selon l'article 5 de l'Arrangement et
du Protocole de Madrid

I- Office qui notifie le refus de protection :**INSTITUT NATIONAL DE LA PROPRIÉTÉ INDUSTRIELLE**

Département des Marques, Dessins et Modèles

32, rue des Trois Fontanot

F-92 016 Nanterre cedex

FRANCEAffaire suivie par : **Elsa OELHOFFEN**

TEL : 01 53 04 58 72

FAX : 01 53 04 49 12

Date : 10 Juin 2008

REF : 949 327 / OPP 08-1927 / EO

II- N° de l'enregistrement international : 949 327**III- Marque : L'ESPACE PREMIUM TUI****IV- Nom et adresse de l'opposant : SOCIÉTÉ AIR FRANCE**

45 rue de Paris

95747 ROISSY-CHARLES-DE-GAULLE

FRANCE

V- MOTIFS DU REFUS : VOIR ANNEXE**VI- ETENDUE DU REFUS :** Refus partiel pour les produits et/ou services suivants :

CL 16 : "Papier, carton et produits en ces matières, compris dans cette classe, notamment décalcomanies, autocollants, récipients pour la papeterie, dessous de verres à bière, sacs d'emballage en papier et en matières plastiques, sacs en papier, blocs de papier et papier à lettres; produits imprimés, notamment livres, prospectus, brochures, journaux et revues; photographies, cartes postales; tickets (billets), billets d'entrée, calendriers, cartes, catalogues; instruments d'écriture, notamment stylos, crayons et stylos à encre; fournitures pour artistes; pinceaux; fournitures de bureau (à l'exception des meubles); matériel d'instruction et d'enseignement (à l'exception des appareils); carton, papier et matières plastiques pour l'emballage, compris dans cette classe; caractères d'imprimerie; drapeaux et fanions en papier; articles de reliure; adhésifs pour la papeterie".

CL 39 : "Transport et entreposage de marchandises; transport de personnes et de marchandises, notamment transport routier, ferroviaire, maritime et aérien; portage; transport d'argent et d'objets de valeur; préparation, réservation et organisation de voyages, d'excursions et de croisières; organisation de services de transport; location de combinaisons de plongée; préparation, réservation et organisation d'excursions, d'excursions à la journée et de visites touristiques; services de conseillers en matière de voyages et accompagnement de voyageurs; location, réservation et mise à disposition d'aéronefs; location, réservation et mise à disposition de bateaux, notamment barques à rames, bateaux à moteur, bateaux à voile et canoës, location, réservation et mise à disposition de bicyclettes, de véhicules à moteur, de chevaux ainsi que de matériel de plongée (services compris dans cette classe); emballage et entreposage de marchandises; livraison de colis; organisation de voyages, de vacances et d'excursions; services d'agences de voyage, notamment services de réservation et de conseillers en matière de voyages; mise à disposition d'informations en matière de voyages, organisation de services de transport et de voyages; services de réservation pour les voyages (compris dans cette classe); mise à disposition d'informations en matière de voyages sur Internet, notamment renseignements en matière de réservation de voyages touristiques et d'affaires (agences de voyage en ligne); tous les services précités concernant notamment le secteur des voyages et des

Siège

26bis, rue de Saint-Petersbourg

75800 PARIS Cedex 08

Téléphone : 0 820 213 213

Télécopie : 33 (0)1 53 04 45 23

www.inpi.fr - contact@inpi.fr

Établissement public national
créé par la loi n° 51-444 du 19 avril 1951

loisirs; livraison, expédition et distribution de journaux et de revues; services de conseillers en matière de tourisme, de transport et d'entreposage par le biais de centres d'appels et de lignes d'assistance téléphonique; localisation de véhicules de tourisme ar ordinateur; informations en matière de trafic".

VII- PRODUITS OU SERVICES SUR LESQUELS L'OPPOSITION EST FONDÉE :

CL 16 : "Rubans adhésifs pour la papeterie, affiches, portes-affiches en papier ou en carton, maquettes d'architecture, autocollants, badges en papier, dessous de chopes à bières, billets (tickets), billets de transport, blocs (papeterie), blocs à dessin, boîtes en carton ou en papier, emballages et enveloppes pour bouteilles en carton ou en papier, brochures, articles de bureau, cachets (sceaux), coffrets à cachets (timbres), cahiers, calendriers, cartes, cartonnages, catalogues, classeurs (articles de bureau), coffrets pour la papeterie (articles de bureau), corbeilles à courrier, cornets de papier, couvertures, crayons, porte-crayons, crémiers (petits vases) en papier, décalcomanies, fournitures pour le dessin, instruments de dessin, dossiers (papeterie), écrireaux en papier ou en carton, instruments d'écriture, papier d'emballage, encres, tampons encreurs, encriers, matériel d'enseignement et d'instruction (à l'exception des appareils), enveloppes (papeterie), faire-part (papeterie), fanions (en papier), feuilles (papeterie), feuilles bullées (en matière plastique pour l'emballage, horaires imprimés, impressions, imprimés, journaux, papier à lettres, livres, porte-mines, matériaux pour le modelage, articles de papeterie, pochettes pour passeports et documents d'identité, boîtes de peinture (matériel scolaire), pinceaux, porte-plume, plumiers, cartes postales, prospectus, revues (périodiques), rubans de papier, sacs, sachets (enveloppes, pochettes) pour l'emballage (en papier ou en matières plastiques), stylos, supports pour plumes et crayons, trousse à dessin".

CL 39 : "Transport, entreposage de marchandises, organisation de voyages, accompagnement de voyageurs, agences de tourisme, location d'automobiles, distribution de journaux, distribution (livraison) de produits, de marchandises, organisation d'excursions, services d'expédition, informations en matière de transport, location de véhicules, transport de passagers, réservation de places de voyage, services de réservations pour le transport, transport de valeurs, réservations pour les voyages, transport de voyageurs, mise à disposition de véhicules aériens".

VIII- Articles de la loi applicables en la matière (voir fiches ci-jointes).

IX- Délai et modalités de réponse :

Le titulaire de l'enregistrement international est réputé avoir reçu la notification de l'opposition dans un délai de quinze jours à compter de la date d'émission de cette notification par l'Institut.

Le titulaire dispose d'un délai de 2 mois à compter de cette date présumée de réception pour présenter ses observations à l'Institut National de la Propriété Industrielle.

Si le titulaire n'est pas établi ou domicilié en France, dans un Etat membre de l'Union européenne ou de l'Espace économique européen, ces observations doivent être présentées par un mandataire habilité ayant son domicile, son siège ou son établissement en France ou par un professionnel ressortissant d'un pays de l'Union européenne ou de l'Espace économique européen, exerçant légalement une activité de représentation devant l'office central de propriété industrielle de son état.

A défaut d'observations en réponse ou le cas échéant, de constitution régulière d'un mandataire, dans le délai imparti, il est statué directement sur l'opposition.

MOTIFS : En raison de l'opposition ci-jointe, la protection en France **ne peut être accordée, provisoirement, à la marque susvisée, en ce qui concerne les produits et services suivants :**
Papier, carton et produits en ces matières, compris dans cette classe, notamment décalcomanies, autocollants, récipients pour la papeterie, dessous de verres à bière, sacs d'emballage en papier et en matières plastiques, sacs en papier, blocs de papier et papier à lettres; produits imprimés, notamment livres, prospectus, brochures, journaux et revues; photographies, cartes postales; tickets (billets), billets d'entrée, calendriers, cartes, catalogues; instruments d'écriture, notamment stylos, crayons et stylos à encre; fournitures pour artistes; pinceaux; fournitures de bureau (à l'exception des meubles); matériel d'instruction et d'enseignement (à l'exception des appareils); carton, papier et matières plastiques pour l'emballage, compris dans cette classe; caractères d'imprimerie; drapeaux et fanions en papier; articles de reliure; adhésifs pour la papeterie, transport et entreposage de marchandises; transport de personnes et de marchandises, notamment transport routier, ferroviaire, maritime et

aérien; portage; transport d'argent et d'objets de valeur; préparation, réservation et organisation de voyages, d'excursions et de croisières; organisation de services de transport; location de combinaisons de plongée; préparation, réservation et organisation d'excursions, d'excursions à la journée et de visites touristiques; services de conseillers en matière de voyages et accompagnement de voyageurs; location, réservation et mise à disposition d'aéronefs; location, réservation et mise à disposition de bateaux, notamment barques à rames, bateaux à moteur, bateaux à voile et canoës, location, réservation et mise à disposition de bicyclettes, de véhicules à moteur, de chevaux ainsi que de matériel de plongée (services compris dans cette classe); emballage et entreposage de marchandises; livraison de colis; organisation de voyages, de vacances et d'excursions; services d'agences de voyage, notamment services de réservation et de conseillers en matière de voyages; mise à disposition d'informations en matière de voyages, organisation de services de transport et de voyages; services de réservation pour les voyages (compris dans cette classe); mise à disposition d'informations en matière de voyages sur Internet, notamment renseignements en matière de réservation de voyages touristiques et d'affaires (agences de voyage en ligne); tous les services précités concernant notamment le secteur des voyages et des loisirs; livraison, expédition et distribution de journaux et de revues; services de conseillers en matière de tourisme, de transport et d'entreposage par le biais de centres d'appels et de lignes d'assistance téléphonique; localisation de véhicules de tourisme par ordinateur; informations en matière de trafic".

**Pour le Directeur général de
l'Institut national de la propriété industrielle**


Elsa OELHOFFEN
Juriste

PROCEDURE D'OPPOSITION

EXTRAITS DES TEXTES APPLICABLES

Extraits du code de la propriété intellectuelle

Art. L 712-4.- Pendant le délai mentionné à l'article 712-3, opposition à la demande d'enregistrement peut être faite auprès du directeur de l'Institut national de la propriété industrielle par le propriétaire d'une marque enregistrée ou déposée antérieurement ou bénéficiant d'une date de priorité antérieure, ou par le propriétaire d'une marque antérieure notoirement connue.

Le bénéficiaire d'un droit exclusif d'exploitation dispose également du même droit, sauf stipulation contraire du contrat.

L'opposition est réputée rejetée s'il n'est pas statué dans un délai de six mois suivant l'expiration du délai prévu à l'article 712-3.

Toutefois, ce délai peut être suspendu :

- a) Lorsque l'opposition est fondée sur une demande d'enregistrement de marque ;
- b) En cas d'engagement d'une action en nullité, en déchéance ou en revendication de propriété ;
- c) Sur demande conjointe des parties, sans que la suspension puisse dans ce cas excéder six mois.

Art. L 712-7.- La demande d'enregistrement est rejetée :

- b) Si le signe ne peut constituer une marque par application des articles 711-1 et 711-2, ou être adopté comme une marque par application de l'article 711-3 ;
- c) Si l'opposition dont elle fait l'objet au titre de l'article 712-4 est reconnue justifiée.

Lorsque les motifs de rejet n'affectent la demande qu'en partie, il n'est procédé qu'à son rejet partiel.

Art. L. 411-4.- Le directeur de l'Institut national de la propriété industrielle prend les décisions prévues par le présent code à l'occasion de la délivrance, du rejet ou du maintien des titres de propriété industrielle.

Dans l'exercice de cette compétence, il n'est pas soumis à l'autorité de tutelle. Les cours d'appel désignées par voie réglementaire connaissent directement des recours formés contre ces décisions. Il y est statué, le ministère public et le directeur de l'Institut national de la propriété industrielle entendus. Le pourvoi en cassation est ouvert tant au demandeur qu'au directeur de l'Institut national de la propriété industrielle.

Art. L 422-4.- Les personnes qui souhaitent se faire représenter dans les procédures devant l'Institut national de la propriété industrielle ne peuvent le faire, pour les actes où la technicité de la matière l'impose, que par l'intermédiaire de conseils en propriété industrielle, dont la spécialisation, déterminée en application du dernier alinéa de l'article L 422-1, est en rapport avec l'acte.

Les dispositions de l'alinéa précédent ne font pas obstacle à la faculté de recourir soit aux services d'un avocat ou d'un conseil juridique, soit à ceux d'une entreprise ou d'un établissement public auxquels le demandeur est contractuellement lié, soit à ceux d'une organisation professionnelle spécialisée ou à ceux d'un professionnel établi sur le territoire d'un Etat membre de la Communauté européenne ou d'un Etat partie à l'accord sur l'Espace économique européen intervenant à titre occasionnel et habilité à représenter les

personnes devant le service central de la propriété industrielle de cet Etat

Art. L 422-5.- Toute personne exerçant les activités mentionnées au premier alinéa de l'article L 422-1 au 26 novembre 1990 peut, par dérogation aux dispositions de l'article L 422-4, représenter les personnes mentionnées au premier alinéa de cet article dans les cas prévus par cet alinéa, sous réserve d'être inscrite sur une liste spéciale établie par le directeur de l'Institut national de la propriété industrielle.

Art. R 712-2.- Le dépôt peut être fait personnellement par le demandeur ou par un mandataire ayant son domicile, son siège ou son établissement dans un Etat membre de la Communauté européenne ou dans un Etat partie à l'accord sur l'Espace économique européen.

Sous réserve des exceptions prévues aux articles L 422-4 et L 422-5, le mandataire constitué pour le dépôt d'une demande d'enregistrement de marque et tout acte subséquent relatif à la procédure d'enregistrement, à l'exception du simple paiement des redevances et des déclarations de renouvellement, doit avoir la qualité de conseil en propriété industrielle.

Les personnes n'ayant pas leur domicile ou leur siège dans un Etat membre de la Communauté européenne ou dans un Etat partie à l'accord sur l'Espace économique européen doivent, dans le délai qui leur est imparti par l'institut, constituer un mandataire satisfaisant aux conditions prévues à l'alinéa précédent.

En cas de pluralité de déposants, un mandataire commun doit être constitué. Si celui-ci n'est pas l'un des déposants, il doit satisfaire aux conditions prévues par le deuxième alinéa.

Sauf lorsqu'il a la qualité de conseil en propriété industrielle ou d'avocat, le mandataire doit joindre un pouvoir qui s'étend, sous réserve des dispositions des articles R. 712-21 et R. 714-1 et sauf stipulation contraire, à tous les actes et à la réception de toutes les notifications prévues au présent titre. Le pouvoir est dispensé de légalisation.

Art. R 712-13- L'opposition à enregistrement formée par le propriétaire d'une marque antérieure ou le bénéficiaire d'un droit exclusif d'exploitation dans les conditions prévues à l'article L. 712-4 peut être présentée par l'intéressé agissant personnellement ou par l'intermédiaire d'une personne remplissant les conditions prévues à l'article R. 712-2.

Art. R 712-14.- L'opposition est présentée par écrit dans les conditions prévues par l'arrêté mentionné à l'article R 712-26.

Elle précise :

1° L'identité de l'opposant, ainsi que les indications propres à établir l'existence, la nature, l'origine et la portée de ses droits ;

2° Les références de la demande d'enregistrement contre laquelle est formée l'opposition, ainsi que l'indication des produits ou services visés par l'opposition ;

3° L'exposé des moyens sur lesquels repose l'opposition ;

4° La justification du paiement de la redevance prescrite ;

5° Le cas échéant, sauf lorsqu'il a la qualité de conseil en propriété industrielle ou d'avocat, le pouvoir du mandataire, ce pouvoir pouvant être adressé à l'institut dans le délai maximum d'un mois.

Art. R 712-15.- Est déclarée irrecevable toute opposition soit formée hors délai, soit présentée par une personne qui n'avait pas qualité, soit non conforme aux conditions

prévues aux articles R 712-13 et R 712-14 et à l'arrêté mentionné à l'article R 712-26.

Art. R 712-16.- Sous réserve des cas de suspension prévus au quatrième alinéa de l'article L. 712-4 ou de clôture de la procédure en application de l'article R. 712-18, l'opposition est instruite selon la procédure ci-après :

1° L'opposition est notifiée sans délai au titulaire de la demande d'enregistrement.

Un délai est imparti à celui-ci pour présenter les observations en réponse et, le cas échéant, constituer un mandataire répondant aux conditions prévues à l'article R. 712-13. Le délai imparti ne peut être inférieur à deux mois ;

2° A défaut d'observation en réponse ou, le cas échéant, de constitution régulière d'un mandataire dans le délai imparti, il est statué sur l'opposition.

Dans le cas contraire, un projet de décision est établi au vu de l'opposition et des observations en réponse. Ce projet est notifié aux parties auxquelles un délai est imparti pour en contester éventuellement le bien-fondé ;

3° Ce projet, s'il n'est pas contesté, vaut décision.

Dans le cas contraire, il est statué sur l'opposition au vu des dernières observations et, si l'une des parties le demande, après que celles-ci auront été admises à présenter des observations orales.

L'institut doit respecter le principe du contradictoire. Toute observation dont il est saisi par l'une des parties est notifiée à l'autre.

Art. R 712-17.- Le titulaire de la demande d'enregistrement peut, dans ses premières observations en réponse, inviter l'opposant à produire des pièces propres à établir que la déchéance de ses droits pour défaut d'exploitation n'est pas encourue.

Ces pièces doivent établir l'exploitation de la marque antérieure, au cours des cinq années précédant la demande de preuves d'usage, pour au moins l'un des produits ou services sur lesquels est fondée l'opposition ou faire état d'un juste motif de non-exploitation.

L'institut impartit alors un délai à l'opposant pour produire ces pièces.

Art. R 712-18.- La procédure d'opposition est clôturée :

1° Lorsque l'opposant a retiré son opposition, a perdu qualité pour agir ou n'a fourni dans le délai imparti aucune pièce propre à établir que la déchéance de ses droits n'est pas encourue ;

2° Lorsque l'opposition est devenue sans objet par suite soit d'un accord entre les parties, soit du retrait ou du rejet de la demande d'enregistrement contre laquelle l'opposition a été formée ;

3° Lorsque les effets de la marque antérieure ont cessé.

Art. R 712-21.- La demande d'enregistrement peut être retirée jusqu'au début des préparatifs techniques relatifs à l'enregistrement. Le retrait peut être limité à une partie du dépôt. Il s'effectue par une déclaration écrite adressée ou remise à l'institut.

Une déclaration de retrait ne peut viser qu'une seule marque. Elle est formulée par le demandeur ou par son mandataire, lequel, sauf s'il a la qualité de conseil en propriété industrielle ou d'avocat, doit joindre un pouvoir spécial.

Elle indique s'il a été ou non concédé des droits d'exploitation ou de gage. Dans l'affirmative, elle doit être accompagnée du consentement écrit du bénéficiaire de ce droit ou du créancier gagiste.

Si la demande d'enregistrement a été formulée par plusieurs personnes, son retrait ne peut être effectué que s'il est requis par l'ensemble de celles-ci.

Le retrait ne fait pas obstacle à la publication prévue au premier alinéa de l'article R 712-8.

Art. R 717-5.- Le délai pour former opposition, conformément à l'article L. 712-4, court à partir du premier jour du mois suivant la réception du bulletin La Gazette à l'Institut national de la propriété industrielle.

L'opposition est notifiée au titulaire de l'enregistrement international par l'intermédiaire du bureau international de l'Organisation mondiale de la propriété intellectuelle.

Le titulaire de l'enregistrement international est réputé avoir reçu la notification de l'opposition dans un délai de quinze jours à compter de la date d'émission de cette notification par l'Institut national de la propriété industrielle.

Arrêté du 31 janvier 1992

Art. 4-1.- L'opposition est présentée en deux exemplaires lorsqu'elle est formée contre une demande d'enregistrement de marque nationale, quatre exemplaires lorsqu'elle est formée contre un enregistrement international de marque. Une opposition ne peut être fondée que sur une seule marque.

2- L'opposant produit outre l'acte d'opposition, l'exposé des moyens tirés de la comparaison des produits et services, l'exposé des moyens tirés de la comparaison des signes et, le cas échéant, la synthèse des moyens invoqués, les pièces suivantes :

a) Une copie de la publication de la demande d'enregistrement ou de l'enregistrement international contre lequel l'opposition est formée ;

b) Une copie de la marque antérieure, dans son dernier état, mettant en évidence, le cas échéant, l'incidence d'une renonciation, limitation ou cession partielle sur la portée des droits de l'opposant ; dans le cas où le bénéfice d'une date de priorité est invoqué, une copie de la demande sur laquelle est fondée cette priorité ;

c) Si la marque antérieure est une marque non déposée, mais notoire, les pièces établissant son existence et sa notoriété, et en définissant la portée ;

d) Si l'opposant n'est pas le propriétaire originel de la marque, la justification de sa qualité pour agir et de l'opposabilité de l'acte correspondant ;

e) La justification du paiement de la redevance d'opposition ;

f) S'il est constitué un mandataire, le pouvoir de ce dernier.

A l'exception de celles visées au e) et f), les pièces annexes sont fournies en autant d'exemplaires que ceux prescrits pour l'acte d'opposition.

Art. 5.- La date de réception à l'Institut national de la propriété industrielle du bulletin *Les marques internationales*, aux fins de l'application des articles 33 et 35 du décret n°92-100 du 30 janvier 1992 susvisé (R 717-3 et R 717-5 du code de la propriété intellectuelle), est constatée sur un registre tenu à la disposition du public.



26 bis, rue de Saint Pétersbourg - 75800 Paris Cedex 08

Pour vous informer : INPI DIRECT

N° Indigo 0 825 83 85 87

0,15 € TTC/mn

Télécopie : 33 (0)1 53 04 52 65

Réservé à l'INPI

MARQUE DE FABRIQUE, DE COMMERCE OU DE SERVICE



N° 10344*02

Code de la propriété intellectuelle - Livre VII

OPPOSITION À ENREGISTREMENT

page 1/2

Cet imprimé est à remplir à l'encre noire en lettres capitales. MA 464 @ w/210103

REMISE DES PIÈCES : Envoies le 02/06/08 par fax et Conjointe par Courrier le 03/06/08 DATE LIEU N° DE GESTION		1 NOM ET ADRESSE DE L'OPPOSANT OU DU MANDATAIRE À QUI LA CORRESPONDANCE DOIT ÊTRE ADRESSÉE Cabinet MEYER & Partenaires Bureaux Europe 20, Place des Halles 67000 STRASBOURG	
Confirmation d'une opposition par télécopie		<input checked="" type="checkbox"/>	
2 DEMANDE D'ENREGISTREMENT CONTESTÉE		Cochez l'une des deux cases suivantes	
Marque française		<input type="checkbox"/>	
N° du BOPI de publication			
Date de dépôt		_ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _	
N° national			
Priorité revendiquée (le cas échéant)		Pays : _____ Date _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _	
Marque internationale ayant effet en France		<input checked="" type="checkbox"/>	
N° de la gazette OMPI de publication		2008/4 du 28/02/2008	
Date d'enregistrement international		1 4 0 6 2 0 0 7	
N° d'enregistrement international		949327	
Priorité revendiquée (le cas échéant)		Pays : Allemagne Date 0 7 0 2 2 0 0 7	
3 MARQUE ANTÉRIEURE INVOQUÉE			
Marque française		<input checked="" type="checkbox"/>	
Date de dépôt		1 7 1 0 2 0 0 0	
N° national		00 3 058 864	
Priorité revendiquée (le cas échéant)		Pays : _____ Date _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _	
Si la marque a été déposée avant le 28/12/1991, indiquez le n° d'enregistrement		N° d'enregistrement : _____	
Si la marque a fait l'objet d'un renouvellement après le 28/12/1991		Date de publication au BOPI _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ ou date de dépôt de la déclaration _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _	
Marque internationale		<input type="checkbox"/>	
Date d'enregistrement international		_ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _	
N° d'enregistrement international et/ou du dernier renouvellement			
Priorité revendiquée (le cas échéant)		Pays : _____ Date _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _	
Date d'inscription au registre international de l'extension à la France de cet enregistrement (le cas échéant)		_ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _	

MARQUE DE FABRIQUE, DE COMMERCE OU DE SERVICE

OPPOSITION À ENREGISTREMENT

ANNEXE 1/3

Cet imprimé est à dactylographier en noir.

EXPOSÉ DES MOYENS TIRÉS DE LA COMPARAISON DES PRODUITS ET SERVICES

A - INDIQUEZ SI L'OPPOSITION EST FORMÉE :

- POUR L'INTÉGRALITÉ des produits et services désignés dans la demande d'enregistrement à laquelle il est fait opposition, ou
- POUR UNE PARTIE SEULEMENT de ces produits et services. Dans ce cas, les identifier.

Voir ci-joint

B - PRÉCISEZ S'IL S'AGIT DE PRODUITS ET SERVICES :

- IDENTIQUES : le cas échéant, mettre en évidence cette identité.
- SIMILAIRES : dans ce cas, justifier qu'il existe une similarité dont peut résulter un risque de confusion dans l'esprit du public

Voir ci-joint

L'opposition est formée à l'encontre de la demande de marque L'ESPACE PREMIUM TUI n° 949 327 pour les produits et services des classes 16 et 39 suivants : « *Papier, carton et produits en ces matières, compris dans cette classe, notamment décalcomanies, autocollants, récipients pour la papeterie, dessous de verres à bière, sacs d'emballage en papier et en matières plastiques, sacs en papier, blocs de papier et papier à lettres; produits imprimés, notamment livres, prospectus, brochures, journaux et revues; photographies, cartes postales; tickets (billets), billets d'entrée, calendriers, cartes, catalogues; instruments d'écriture, notamment stylos, crayons et stylos à encre; fournitures pour artistes; pinceaux; fournitures de bureau (à l'exception des meubles); matériel d'instruction et d'enseignement (à l'exception des appareils); carton, papier et matières plastiques pour l'emballage, compris dans cette classe; caractères d'imprimerie; drapeaux et fanions en papier; articles de reliure; adhésifs pour la papeterie* » **en classe 16** et « *transport et entreposage de marchandises; transport de personnes et de marchandises, notamment transport routier, ferroviaire, maritime et aérien; portage; transport d'argent et d'objets de valeur; préparation, réservation et organisation de voyages, d'excursions et de croisières; organisation de services de transport; location de combinaisons de plongée; préparation, réservation et organisation d'excursions, d'excursions à la journée et de visites touristiques; services de conseillers en matière de voyages et accompagnement de voyageurs; location, réservation et mise à disposition d'aéronefs; location, réservation et mise à disposition de bateaux, notamment barques à rames, bateaux à moteur, bateaux à voile et canoës, location, réservation et mise à disposition de bicyclettes, de véhicules à moteur, de chevaux ainsi que de matériel de plongée (services compris dans cette classe); emballage et entreposage de marchandises; livraison de colis; organisation de voyages, de vacances et d'excursions; services d'agences de voyage, notamment services de réservation et de conseillers en matière de voyages; mise à disposition d'informations en matière de voyages, organisation de services de transport et de voyages; services de réservation pour les voyages (compris dans cette classe); mise à disposition d'informations en matière de voyages sur Internet, notamment renseignements en matière de réservation de voyages touristiques et d'affaires (agences de voyage en ligne); tous les services précités concernant notamment le secteur des voyages et des loisirs; livraison, expédition et distribution de journaux et de revues; services de conseillers en matière de tourisme, de transport et d'entreposage par le biais de centres d'appels et de lignes d'assistance téléphonique; localisation de véhicules de tourisme par ordinateur; informations en matière de trafic* » **en classe 39**.

ANNEXE 1

La marque antérieure L'ESPACE PREMIERE n° 00 3 058 864 désigne un grand nombre de produits et services des classes 16 et 39.

L'opposition est formée à l'encontre de la demande de marque L'ESPACE PREMIUM TUI n° 949 327 pour les seuls produits et services des classes 16 et 39 cités.

Les produits et services revendiqués par la demande de marque contestée sont tous identiques ou similaires aux produits et services revendiqués par la marque antérieure.

Les produits et services de la demande contestée sont tous liés étroitement au domaine du transport ainsi qu'aux produits et services liés à ce domaine, revendiqués par la marque antérieure.

Dans l'affaire C-39/97 Canon Kabushiki Contre Metro Goldwyn Mayer Inc. du 29 septembre 1998, §23, la Cour de Justice des Communautés Européennes précise que « *pour apprécier la similitude entre les produits ou services en cause, il y a lieu (...) de tenir compte de tous les facteurs pertinents qui caractérisent le rapport entre les produits ou services. Ces facteurs incluent, en particulier, leur nature, leur destination, leur utilisation, ainsi que leur caractère concurrent ou complémentaire* ».

I) **Pour la classe 16 :**

Les « *décalcomanies* » sont revendiqués par les deux marques en des termes identiques.

Les « *autocollants* » sont revendiqués par les deux marques en des termes identiques.

Les « *papiers à lettres* » sont revendiqués par les deux marques en des termes identiques.

Les « *livres* » sont revendiqués par les deux marques en des termes identiques.

Les « *prospectus* » sont revendiqués par les deux marques en des termes identiques.

Les « *brochures* » sont revendiquées par les deux marques en des termes identiques.

Les « *journaux* » sont revendiqués par les deux marques en des termes identiques.

Les « *revues* » sont revendiquées par les deux marques en des termes identiques.

Les « *photographies* » sont revendiquées par les deux marques en des termes identiques.

Les « *cartes postales* » sont revendiquées par les deux marques en des termes identiques.

Les « *tickets (billets)* » sont revendiqués par les deux marques en des termes identiques.

Les « *calendriers* » sont revendiqués par les deux marques en des termes identiques.

Les « *cartes* » sont revendiquées par les deux marques en des termes identiques.

Les « *catalogues* » sont revendiqués par les deux marques en des termes identiques.

Les « *stylos* » sont revendiqués par les deux marques en des termes identiques.

Les « *crayons* » sont revendiqués par les deux marques en des termes identiques.

Les « *pinceaux* » sont revendiqués par les deux marques en des termes identiques.

Le « *matériel d'instruction et d'enseignement (à l'exception des appareils)* » sont revendiqués par les deux marques en des termes identiques.

Les « *fanions (en papier)* » sont revendiqués par des deux marques en des termes identiques.

* * *

Les « *réipients pour la papeterie* » revendiqués par la demande de marque contestée sont identiques ou à tout le moins fortement similaires aux « *porte-crayons* », « *coffrets pour la papeterie (articles de bureau)* », « *crémiers (petits vases) en papier* », « *porte-mines* », « *porte-plumes* », « *supports pour plumes et crayons* », « *plumiers* », « *coffrets à cachets (timbres)* », « *dossiers (papeterie)* », « *enveloppes (papeterie)* », « *pochettes pour passeports et documents d'identité* », « *boîtes en carton ou en papier* », « *corbeilles à courrier* » pour lesquels la marque antérieure est enregistrée.

Les produits précités de la marque antérieure constituent tous des « *réipients pour la papeterie* », qui se définissent comme un « vase ou un ustensile creux pouvant recevoir des substances liquides, solides ou gazeuse ».

Ils remplissent la même fonction, à savoir recevoir du papier ou des objets en rapport avec la papeterie.

Les « *dessous de bière* » revendiqués par la demande de marque contestée sont identiques ou à tout le moins fortement similaires aux « *dessous de chopes de bières* ».

Ils sont identiques ou à tout le moins similaires par nature et remplissent la même fonction, à savoir protéger les supports sur lesquels seraient posés les bouteilles et/ou les chopes/verres de bières.

Les « *sacs d'emballage en papier et matière plastiques* » revendiqués par la demande de marque contestée sont identiques ou à tout le moins fortement similaires aux « *sachets (enveloppes, pochettes) pour l'emballage (en papier ou en matières plastiques)* », « *emballage et enveloppe pour bouteilles en carton ou en papier* », « *papier d'emballage* », « *feuilles bullées (en matière plastique) pour l'emballage* » de la marque antérieure.

En effet, les sacs se définissent comme une sorte de poche, qui peut être notamment en toile, en cuir, en plastique ou en papier. Les sachets, enveloppes ou pochettes constituent des synonymes des « sacs ».

Les « *sacs d'emballage en papier et matière plastiques* » remplissent donc la même fonction que les produits précités de la marque antérieure, à savoir l'emballage d'objets et /ou de matériaux.

« *Les sacs en papier* » revendiqués par la demande de marque contestée sont identiques ou à tout le moins fortement similaires aux « sacs » et « *sachets (enveloppes)* » de la marque antérieure.

En effet, les « *sacs en papier* » appartiennent à la catégorie générale des « sacs ». Ils remplissent la même fonction, à savoir transporter des objets et/ou des matériaux.

Les « *blocs de papier* » revendiqués par la demande de marque contestée sont identiques ou à tout le moins fortement similaires aux « *blocs (papeterie)* » et « *blocs à dessin* » de la marque antérieure.

En effet, les « *blocs de papier* » appartiennent à la catégorie générale des « *blocs* ».

Ils ont la même nature et remplissent la même fonction que les blocs et les blocs à dessin de la marque antérieure, à savoir prendre des notes et/ou dessiner.

Les « *produits imprimés* » revendiqués par la demande de marque contestée sont identiques ou à tout le moins fortement similaires aux « *livres* », « *prospectus* », « *brochures* », « *journaux* », « *revues* », « *imprimés* », « *impressions* », « *horaires imprimés* ».

En effet, les « *livres* », « *prospectus* », « *brochures* », « *journaux* », « *revues* », « *imprimés* », « *impressions* », « *horaires imprimés* » revendiqués en des termes identiques par la demande de marque contestée et la marque antérieure appartiennent à la catégorie générale des « *produits imprimés* », qui se définissent comme un « *papier ou tissu à motifs imprimés* ».

Les « *billets d'entrée* » revendiqués par la demande de marque contestée sont identiques ou à tout le moins fortement similaires aux « *billets (tickets)* » revendiqués par la marque antérieure.

En effet, les « *billets d'entrée* » appartiennent à la catégorie générale des « *billets (tickets)* », qui se définissent comme un « *ticket* » ou « *un imprimé donnant accès à un spectacle..* ».

Ils ont ainsi la même nature et la même fonction, à savoir donner l'accès à un événement.

Les « *instruments d'écriture, notamment stylos, crayons et stylos à encre* » sont identiques ou à tout le moins fortement similaires aux « *instruments d'écriture* » de la marque antérieure.

Ils remplissent la même fonction, à savoir permettre d'écrire sur un support matériel.

Les « *drapeaux en papier* » revendiqués par la demande de marque contestée sont identiques ou à tout le moins fortement similaires aux « *fanions (en papier)* » revendiqués par la marque antérieure.

Le « *fanion* » se définit comme « *un petit drapeau utilisé comme emblème ou comme signe de ralliement* ».

Le terme « drapeau » est donc le synonyme du terme « fanion ». Ces produits ont donc une fonction identique, à savoir être le symbole d'un emblème ou un signe de ralliement.

Les « *adhésifs pour la papeterie* » revendiqués par la demande de marque contestée sont identiques ou à tout le moins fortement similaires aux « *rubans adhésifs pour la papeterie* » revendiqués par la marque antérieure.

Les « *rubans adhésifs pour la papeterie* » font partie de la catégorie générale des « *adhésifs pour papeterie* ».

Ils ont la même nature et remplissent la même fonction, à savoir fixer des objets entre eux.

Les « *papier, carton et produits en ces matières* » revendiqués par la demande de marque contestée sont fortement similaires notamment aux « *affiches* », « *porte-affiches en papier ou en carton* », « *badges en papier* », « *boîtes en carton ou en papier* », « *emballages et enveloppes pour bouteilles en carton ou en papier* », « *cahiers* », « *calendriers* », « *cartonnages* », « *cornets de papier* », « *crémiers (petits vases) en papier* », « *écriteaux en papier ou en carton* », « *faire-part (papeterie)* », « *feuilles (papeterie)* », « *rubans de papier* », « *articles de papeterie* ».

Le papier, le carton et assimilés constituent les matières premières d'un grand nombre d'objets de papeterie commercialisés dans les papeteries, les librairies et/ou les grandes surfaces.

Les produits désignés par la marque antérieure sont ainsi pour la plupart fabriqués en papier, en carton ou assimilés.

Le papier se définit comme une feuille mince servant notamment à écrire, à imprimer, qui est faite avec des chiffons ou diverses substances végétales transformées en pâte.

Le carton se définit comme une pâte faite avec des rognures de papier.

Les produits visés de la marque antérieure sont donc similaires par nature aux « *papier, carton et assimilés* » revendiqués par la demande de marque contestée.

Le « *papier, carton et produits en ces matières* » constituent ainsi la base et l'élément nécessaires aux objets de papeterie, qui incluent notamment les objets précités fabriqués et commercialisés en ces matières.

Il existe dès lors une forte similarité entre le « *papier, carton et produits en ces matières* » et les articles de papeterie visés par la marque antérieure.

Les « *fournitures pour artistes* » sont fortement similaires aux « *maquettes d'architectures* », « *fournitures pour le dessin* », « *matériaux pour le modelage* », « *palettes pour peintres* », « *pinceaux* », « *trousses à dessin* », « *blocs à dessins* », « *instruments de dessin* », « *feuilles (papeterie)* », « *encres* », « *boîtes de peinture (matériel scolaire)* ».

Les « *fournitures pour artistes* » se composent des différents éléments nécessaires et indispensables aux artistes pour créer des œuvres d'art.

Ils sont donc similaires par nature notamment aux produits précités de la marque antérieure.

En outre, les produits précités sont susceptibles d'être offerts ensemble, sont destinés au même public (les artistes en général) et sont susceptibles d'être vendus dans les mêmes magasins, dans les mêmes rayons (notamment les papeteries, les librairies, les magasins spécialisés et/ou les grandes surfaces).

Ils sont donc également similaires par destination.

Les « caractères d'imprimerie » sont fortement similaires aux « cachets (sceaux), tampons, encriers ».

Ces produits sont donc similaires par nature et remplissent la même fonction, à savoir apposer un signe/caractère sur un support matériel.

Les « articles de reliure » sont fortement similaires aux « couvertures », « articles de bureaux », « classeurs », « articles de papeterie ».

Les articles de reliure peuvent ainsi être assimilés à la « couverture d'un livre relié », aux articles de bureaux, aux classeurs et aux articles de papeterie ».

Ces produits sont donc similaires par nature.

II) **Pour la classe 39 :**

Les services de « *transport et entreposage de marchandises* » sont revendiqués par les deux marques en des termes identiques.

Les « services d'accompagnement de voyageurs » sont revendiqués par les deux marques en des termes identiques.

Les « services de réservation pour les voyages » sont revendiqués par les deux marques en des termes identiques.

* * *

Les services de « *transport de personnes et de marchandises, notamment transport routier, ferroviaire, maritime et aérien* » revendiqués par la demande de marque contestée sont identiques ou à tout le moins fortement similaires aux services de « *transport* », « *transport de passagers* », « *transport de voyageurs* » et de « *fret (transport de marchandises)* » pour lesquels la marque antérieure est enregistrée.

Les services revendiqués par les deux marques ont une finalité commune: le transit de voyageurs et de marchandises d'un point A vers un point B.

Il existe ainsi un lien d'identité ou à tout le moins de forte similarité entre ces services.

Les services de « *transport d'argent et d'objets de valeur* » revendiqués par la demande de marque contestée sont identiques ou à tout le moins fortement similaires aux services de « *transport, transport de valeurs* » de la marque antérieure.

Les services de transport de « *valeurs* » incluent nécessairement le transport d'objets de valeurs et notamment d'argent.

Il existe ainsi un lien d'identité ou à tout le moins de forte similarité entre ces services.

Les services de « *location, réservation et mise à disposition d'aéronefs* » revendiqués par la demande de marque contestée sont identiques ou à tout le moins fortement similaires aux services de « *mise à disposition de véhicules aériens* » de la marque antérieure.

Les aéronefs font partie de la catégorie générale des véhicules aériens, sous-entendu des appareils qui circulent dans l'air.

Les services de « *location, réservation et mise à disposition de bateaux, notamment barques à rames, bateaux à moteur, bateaux à voile et canoës* » revendiqués par la demande de marque contestée sont identiques ou à tout le moins fortement similaires aux services de « *location de véhicules* » de la marque antérieure.

Un véhicule au sens large s'entend de « tout moyen de transport ».

Les services revendiqués remplissent ainsi une même fonction, à savoir transporter des personnes et/ou des marchandises vers un point donné.

Les services de « *location, réservation et mise à disposition de bicyclettes, de véhicules à moteur, de chevaux* » revendiqués par la demande de marque contestée sont identiques ou à tout le moins fortement similaires aux services de « *locations de véhicules* ».

Un véhicule au sens large s'entend de « tout moyen de transport ».

Les services revendiqués remplissent une même fonction, à savoir transporter des personnes et/ou des marchandises d'un point A vers un point B.

Les services de « *préparation, réservation et organisation de voyages, d'excursions et de croisières* » revendiqués par la demande de marque contestée sont identiques ou à tout le moins fortement similaires aux services de « *réservations pour le transport* », « *réservations pour les voyages et organisations d'excursions* », « *agences de tourisme* » de la marque antérieure.

Les services revendiqués par ces marques ont une finalité commune : l'agencement de séjours et de circuits touristiques pour les voyageurs.

Les services d'« *organisation de services de transport* » revendiqués par la demande de marque contestée sont identiques ou à tout le moins fortement similaires aux services d'« *organisation de voyages, agences de tourisme, informations en matière de transport, réservation pour le transport* » de la marque antérieure.

Les services revendiqués par ces marques ont une finalité commune : organiser des séjours touristiques, en réservant les moyens de transport adéquats.

Les services de « *préparation, réservation et organisation d'excursions, d'excursions à la journée et de visites touristiques* » revendiqués par la demande de marque contestée sont identiques ou à tout le moins fortement similaires aux services de « *réservations pour le transport* », « *réservations pour les voyages et organisations d'excursions* », « *agences de tourisme* », pour lesquels la marque antérieure est enregistrée.

Les services revendiqués par ces marques ont une finalité commune : préparer, organiser et réserver des séjours et/ou circuits touristiques.

Les « *services de conseillers en matière de voyages* » revendiqués par la demande de marque contestée sont fortement similaires aux services d' « *informations en matière de transport* », « *agences de tourisme* » de la marque antérieure.

Les « *informations en matière de transport* » fournies notamment par les « *agences de tourisme* » incluent nécessairement les « *services de conseillers en matière de voyages* ».

Il existe ainsi un lien de similarité fort entre les « *informations en matière de transport* » et « *agences de tourisme* » et les « *services de conseillers en matière de voyages* ».

Les services de « *livraison de colis* » revendiqués par la demande de marque contestée sont identiques ou à tout le moins fortement similaires aux services de « *transport, distribution (livraison) de produits, marchandises* » pour lesquels la marque antérieure est enregistrée ; les colis se définissant comme un « *ballot de marchandises* ».

Les services revendiqués par ces marques ont une finalité commune : l'acheminement de marchandises.

Les « *services d'agences de voyage, notamment services de réservation et de conseillers en matière de voyages* » revendiqués par la demande de marque contestée sont identiques ou à tout le moins fortement similaires aux services d' « *agences de tourisme, informations en matière de transport, organisation de voyages* » de la marque antérieure.

L'agence de tourisme ou de voyage est une société commerciale dirigée par une personne physique ou morale qui propose à la clientèle des prestations touristiques relatives à des voyages ou séjours individuels ou collectifs donnant lieu ou non à un forfait touristique (incluant une nuitée).

Les services d'agences de tourisme ou de voyage incluent en outre nécessairement des « *informations en matière de transport* », dans la mesure où c'est notamment sur la base de ces informations que la clientèle prendra sa décision quant à l'organisation d'un séjour touristique.

Les « *services de mise à disposition d'information en matière de voyages, organisation de services de transport et de voyages, agences de tourisme, organisation de voyages* » revendiqués par la demande de marque contestée sont identiques ou à tout le moins fortement similaires aux services d' « *informations en matière de transport* », « *agences de tourisme* » de la marque antérieure.

Les services d'informations en matière de transport fournis notamment par les agences de tourisme constituent la catégorie générale de services, à laquelle appartiennent nécessairement les « *services de mise à disposition d'information en matière de transport et de voyages* ».

Les services de « *mise à disposition d'informations en matière de voyages sur Internet, notamment renseignements en matière de réservation de voyages touristiques et d'affaires (agence de voyage en ligne), agences de tourisme* » revendiqués par la demande de marque contestée sont identiques ou à tout le moins fortement similaires aux services d' « *informations en matière de transport* ».

Les services d'informations en matière de transport fournis notamment par les agences de tourisme constituent la catégorie générale de services, à laquelle appartiennent nécessairement les « *informations en matière de voyages sur Internet* ».

Avec le développement des nouvelles technologies, les informations en matière de transport peuvent également être fournis par le biais du réseau Internet.

Les services de « *livraison, expédition et distribution de journaux et de revues* » revendiqués par la demande de marque contestée sont identiques ou à tout le moins fortement similaires aux services de « *distribution de journaux, distribution (livraison) de produits, de marchandises* » et aux services d' « *expédition* ».

La distribution s'entend de l'action de distribuer, c'est-à-dire de remettre une marchandise ou un produit à une personne physique ou morale.

Les « *services de conseillers en matière de tourisme, de transport et d'entreposage par la biais de centres d'appels et de lignes d'assistance téléphonique, agences de tourisme* » revendiqués par la demande de marque contestée sont identiques ou à tout le moins fortement similaires aux « *informations en matière de transport* » et « *agences de tourisme* » de la marque antérieure.

Les services d'informations en matière de transport fournis notamment par les agences de tourisme peuvent comprendre notamment des services de conseils en matière de tourisme, de transport et d'entreposage ; la dénomination transport faisant référence à l'ensemble des moyens de déplacement de personnes et/ou de marchandises.

La mission de ces conseillers est de guider, d'informer et de conseiller les professionnels et/ou les particuliers dans leurs démarches touristiques (organisation de voyages touristiques) ou professionnelles (transport et entreposage de marchandises).

Les informations sollicitées par les professionnels et/ou les particuliers en matière de transport ou d'entreposage de marchandises peuvent également être délivrés par les professionnels du secteur par voie téléphonique.

Les « *informations en matière de transport* » constituent donc la catégorie générale de services, à laquelle appartiennent nécessairement les « *services de conseillers en matière*

de tourisme, de transport et d'entreposage par le biais de centres d'appels et de lignes d'assistance téléphonique ».

Les services de « *localisation de véhicules de tourisme par ordinateur* » revendiqués par la demande de marque contestée sont fortement similaires aux services de « *location d'automobiles* » de la marque antérieure.

En effet, les véhicules de location (de tourisme) sont souvent équipés de GPS, qui permettent à la fois aux touristes de se déplacer facilement et aux sociétés de location de suivre leurs voitures, afin de pouvoir intervenir rapidement, notamment en cas de pannes ou de problèmes techniques sur les voitures louées.

Les services de « *localisation de véhicules de tourisme par ordinateur* » sont donc complémentaires aux services de « *localisation de véhicules par ordinateur* ».

Les services d' « *informations en matière de trafic* » sont revendiqués par la demande de marque contestée sont identiques ou à tout le moins fortement similaires aux services d' « *informations en matière de transport* » de la marque antérieure.

Le trafic fait référence notamment à la circulation routière de véhicules, véhicules qui constituent l'un des moyens de transport principal des personnes physiques (particuliers ou professionnels).

Les « *informations en matière de transport* » constituent donc la catégorie générale de services, à laquelle appartiennent nécessairement les services d' « *informations en matière de trafic* ».

MARQUE DE FABRIQUE, DE COMMERCE OU DE SERVICE

OPPOSITION À ENREGISTREMENT

ANNEXE 2/3

Cet imprimé est à dactylographier en noir.

EXPOSÉ DES MOYENS TIRÉS DE LA COMPARAISON DES SIGNES

INDIQUEZ SI LA DEMANDE D'ENREGISTREMENT À LAQUELLE IL EST FAIT OPPOSITION CONSTITUE :

LA REPRODUCTION A L'IDENTIQUE DE LA MARQUE

L'IMITATION DE LA MARQUE

Précisez les points de ressemblance et la nature de cette dernière (par exemple, visuelle, graphique, phonétique, intellectuelle ou autre). Expliquez en quoi il peut en résulter un risque de confusion dans l'esprit du public

Voir ci-joint

En cas d'insuffisance de place, poursuivre sur une page blanche et cocher la case ci-après

ANNEXE 2

La marque antérieure est constituée du terme « L'ESPACE PREMIÈRE ».

La marque contestée est constituée des termes « L'ESPACE PREMIUM TUI », l'expression « L'ESPACE PREMIUM » étant inscrite en lettres majuscules droites et noires, distinctes du terme TUI en lettres majuscules droites et noires.

Les dénominations « L'ESPACE PREMIÈRE » et « L'ESPACE PREMIUM TUI » présentent d'importantes similitudes visuelles, phonétiques et intellectuelles, de nature à créer un risque de confusion dans l'esprit du consommateur d'attention moyenne.

Ce risque de confusion se trouve renforcé du fait de l'identité ou de la grande similarité entre les produits et services visés par la demande d'enregistrement et ceux pour lesquels la marque antérieure est protégée.

Le risque de confusion s'apprécie au regard des critères définis par la jurisprudence et appliqués par l'INPI.

Dans l'affaire C-251/95, Sabel BV contre Puma AG, Rudolphe Dassler Sport par son arrêt du 11 novembre 1997, la Cour de Justice des Communautés Européennes rappelle que la similitude visuelle, auditive ou conceptuelle des marques en cause doit être fondée sur l'impression d'ensemble produite par les marques, en tenant compte notamment des éléments distinctifs et dominants de celles-ci.

L'analyse de ces critères conduira inévitablement à conclure à l'existence de similitudes à la fois visuelles, phonétiques et conceptuelles des signes en présence, démontrant l'atteinte manifeste du titulaire de la demande d'enregistrement de la marque contestée aux droits de la marque antérieure.

1) Similitudes visuelles

La marque antérieure est composée de quinze lettres : « L'ESPACE PREMIÈRE ».

La marque contestée est composée de dix-sept lettres : « L'ESPACE PREMIUM TUI ».

La demande d'enregistrement reproduit dans le même ordre et au même rang douze des lettres composant les signes considérés. Seuls les éléments finaux « -ÈRE » et « -UM » diffèrent.

Toutefois, les consommateurs pourraient penser avoir à faire à une déclinaison de la marque antérieure.

Dans l'arrêt rendu dans l'affaire C-342/97, Lloyd Schuhfabrik Meyer&Co GmbH contre Klijsen Handel BV le 22 juin 1999, la Cour de Justice des Communautés Européennes rappelle qu'il convient de tenir compte de la circonstance que le consommateur moyen n'a que rarement la possibilité de procéder à une comparaison directe des différentes marques mais doit se fier à l'image non parfaite qu'il en a gardé en mémoire.

Cette analyse est également retenue par l'INPI dans l'analyse du risque de confusion entre les marques en cause.

L'expression « L'ESPACE », constituant le premier élément de la marque antérieure, est reproduite de manière identique en première position par la demande de marque contestée.

Il est de jurisprudence constante que l'attention du consommateur sera d'abord et essentiellement captée par l'élément d'attaque des marques en cause.

L'expression « L'ESPACE » constitue ainsi un élément distinctif essentiel de la marque antérieure.

Cet élément essentiel est repris à l'identique par la demande de marque contestée.

Il en ressort ainsi un important risque de confusion.

Le consommateur d'attention moyenne retiendra de manière première et immédiate l'élément « L'ESPACE », qui constitue un élément immédiatement identifiable et facilement mémorisable.

Le risque de confusion est en outre aggravé par l'imitation du terme « PREMIÈRE » par la demande de marque (« PREMIUM »).

Cinq des huit lettres composant la dénomination « PREMIÈRE » de la marque antérieure sont repris à l'identique et dans le même ordre par la demande de marque, à savoir « P-R-E-M-I ».

La seule différence entre les termes « PREMIÈRE » et « PREMIUM » consiste dans les lettres finales adoptées par les marques en cause (-ÈRE et -UM).

Toutefois, les deux dénominations apparaissent fortement similaires ; la dénomination « PREMIUM », faisant référence à quelque chose de première qualité, à l'instar de la marque antérieure.

Le terme « TUI » est le troisième élément de la demande de marque, positionné en-dessous de l'expression prédominante « L'ESPACE PREMIUM ». C'est un terme court, au contraire des dénominations longues « L'ESPACE PREMIÈRE » et « L'ESPACE PREMIUM ».

Les consommateurs d'attention moyenne n'y prêteront guère d'attention ; les éléments dominants et attirants l'attention étant constitués par l'expression « L'ESPACE PREMIUM ».

En outre, la demande de marque reprend la construction visuelle de la marque antérieure : la dénomination « L'ESPACE » située sur une première ligne, puis la dénomination « PREMIUM », située en-dessous et le terme « TUI » en dernière position, en-dessous de la dénomination « PREMIUM ».

Le terme « TUI » apparaît ainsi comme un élément accessoire au sein de l'expression « L'ESPACE PREMIUM TUI », aux yeux des consommateurs.

Les consommateurs d'attention moyenne pourraient ainsi croire que la marque « L'ESPACE PREMIUM TUI » constitue une déclinaison de la marque antérieure « L'ESPACE PREMIÈRE ».

Nous avons démontré que la demande de marque contestée reprenait les éléments visuels distinctifs dominants de la marque antérieure, engendrant ainsi un risque de confusion visuel inévitable.

La demande de marque contestée « L'ESPACE PREMIUM TUI » présente dès lors d'importantes similitudes visuelles avec la marque antérieure « L'ESPACE PREMIÈRE ».

2) Similitudes phonétiques :

La marque antérieure est composée de sept syllabes.

La demande de marque contestée est composée de huit syllabes ; la dernière syllabe n'étant pas clairement identifiable phonétiquement.

La reproduction et l'imitation des éléments essentiels de la marque antérieure par la demande de marque contestée sont de nature à créer un risque de confusion dans l'esprit du public.

La demande de marque reprend les cinq premières syllabes de la marque antérieure (« LES-PA-CE-PRE-MI »).

Les cinq premières syllabes des marques en cause sont donc phonétiquement identiques ; les seules différences portant sur la syllabe et le terme finaux.

Or, il est de jurisprudence constante que l'attention du consommateur sera d'abord et essentiellement captée par les premières syllabes des marques en cause.

La reproduction à l'identique des éléments phonétiques d'attaque par la demande de marque contestée est par conséquent de nature à créer un risque de confusion dans l'esprit du public.

Les syllabes finales présentent des sonorités différentes (-ÈRE et -UM).

Toutefois, cette différence minime, qui peut faire apparaître phonétiquement le terme « PREMIUM » comme étant la déclinaison du terme « PREMIÈRE », n'est pas de nature à compenser les importantes similitudes entre les deux marques constituées de la reprise par la demande de marque contestée des éléments de même longueur, « LES-PA-CE-PRE-MI ».

En outre, la syllabe finale de la demande de marque contestée (-UM) n'est pas prédominante phonétiquement, de même que le terme final et accessoire « TUI ».

Dans la mesure où l'impression d'ensemble produite par les deux marques est fortement similaire d'un point de vue phonétique, il en résulte un important risque de confusion.

La demande de marque « L'ESPACE PREMIUM TUI » présente ainsi d'importantes similitudes phonétiques avec la marque antérieure « L'ESPACE PREMIERE ».

3) Similitudes intellectuelles

La marque antérieure est constituée de l'expression « L'ESPACE PREMIERE ».

La demande de marque contestée est également articulée autour de l'expression « L'ESPACE PREMIUM », qui comme nous l'avons vu présente d'importantes similitudes visuelles et phonétiques avec le terme « L'ESPACE PREMIÈRE ».

Le terme accessoire « TUI » ne présente aucune signification en langue française.

Ainsi, l'attention du consommateur sera attirée par l'association des termes « L'ESPACE » et d'un terme faisant référence à un élément de première qualité, commençant par « PREMI ».

Le terme « PREMIÈRE » évoque la « première classe (catégorie) dans les transports ».

Le terme « PREMIUM » évoque également un élément de « première qualité ».

Les termes « PREMIÈRE » et « PREMIUM » présentent dès lors une signification similaire.

Le consommateur, n'ayant pas les deux marques sous les yeux et conservant un souvenir imparfait des signes aura ainsi tendance à se souvenir uniquement de cette association de termes (L'ESPACE et un terme évoquant la qualité supérieure d'un service de première catégorie).

La demande de marque contestée « L'ESPACE PREMIUM TUI » évoquera ainsi dans l'esprit des consommateurs la marque antérieure « L'ESPACE PREMIÈRE ».

Les consommateurs vont indubitablement confondre les deux marques, état donné qu'ils seront vraisemblablement amenés à penser que la demande de marque contestée est une déclinaison de la marque antérieure « L'ESPACE PREMIÈRE ».

Ils attribueront donc la même origine aux produits et services exploités sous ces deux marques.

Les marques « L'ESPACE PREMIÈRE » et « L'ESPACE PREMIUM TUI » sont donc intellectuellement similaires.

MARQUE DE FABRIQUE, DE COMMERCE OU DE SERVICE

OPPOSITION À ENREGISTREMENT

ANNEXE 3/3

Cet imprimé est à dactylographier en noir.

SYNTHÈSE DES MOYENS

Lorsque, dans un cas particulier, l'opposant considère que la comparaison des deux marques en présence telle qu'elle résulte des annexes 1 et 2 ne rend pas entièrement compte de l'atteinte à la marque qu'il allègue, il peut présenter une synthèse de son argumentation.

Voir ci-joint

En cas d'insuffisance de place, poursuivre sur une page blanche et cocher la case ci-après

ANNEXE 3

Tant du point de vue des produits et services revendiqués que des signes, il existe de très grandes similitudes entre la demande de marque contestée « L'ESPACE PREMIUM TUI » n° 949 327 et la marque antérieure « L'ESPACE PREMIÈRE » n° 00 3 058 864.

Dans l'arrêt C-39/97 Canon Kabushiki contre Metro Goldwyn Mayer Inc du 29 septembre 1998, la Cour de Justice des Communautés Européennes précise que l'appréciation globale du risque de confusion implique une certaine interdépendance entre les facteurs pris en compte, et notamment la similitude des marques et celles des produits ou services désignés.

Ainsi, un faible degré de similitude entre les produits ou services désignés peut être compensé par un degré élevé de similitude entre les marques et inversement.

En l'espèce, l'identité ou la forte similarité des produits et services revendiqués renforce les similitudes visuelles, phonétiques et intellectuelles existant entre les deux marques. Il existe en effet un risque de confusion réel entre les deux marques, si bien que le consommateur attribuera une origine commune aux produits et services revendiqués.

La demande d'enregistrement « «L'ESPACE PREMIUM TUI » n° 949 327 doit donc être rejetée pour les produits et services des classes 16 et 39 visés dans la présente opposition.

(151) 14.06.2007

949 327

(180) 14.06.2017

(732) TUI AG

Karl-Wiechert-Allee 4

30625 Hannover (DE).

(842) Joint Stock Company, Germany



(531) VCL(5)

25.1; 27.5.

(511) NCL(9)

16 Papier, carton et produits en ces matières, compris dans cette classe, notamment décalcomanies, autocollants, récipients pour la papeterie, dessous de verres à bière, sacs d'emballage en papier et en matières plastiques, sacs en papier, blocs de papier et papier à lettres; produits imprimés, notamment livres, prospectus, brochures, journaux et revues; photographies, cartes postales; tickets (billets), billets d'entrée, calendriers, cartes, catalogues; instruments d'écriture, notamment stylos, crayons et stylos à encre; fournitures pour artistes; pinceaux; fournitures de bureau (à l'exception des meubles); matériel d'instruction et d'enseignement (à l'exception des appareils); carton, papier et matières plastiques pour l'emballage, compris dans cette classe; caractères d'imprimerie; drapeaux et fanions en papier; articles de reliure; adhésifs pour la papeterie.

35 Publicité, y compris publicité sur Internet, marketing, relations publiques, services publicitaires et promotionnels (pour des tiers), location de matériel publicitaire, publipostage; recherche de marché, y compris sondage d'opinion et étude de marché; publication de textes publicitaires; gestion et prestation de conseils en matière d'organisation et de direction des affaires; comptabilité; services de conseillers, de conseil et de coordination en matière d'organisation et de gestion d'entreprise, notamment dans le domaine informatique; gestion hôtelière pour des tiers; services de conseillers en organisation des affaires, services de conseil et de coordination en matière d'organisation et de gestion d'entreprise pour le compte d'agences de voyage, de clubs de remise en forme et d'installations sportives et de loisirs; distribution d'échantillons à des fins publicitaires, reproduction de documents; préparation de l'aspect organisationnel de projets de construction (services d'entrepreneurs en bâtiment); services de conseillers en organisation des affaires en matière de franchisage; location d'espaces publicitaires sur Internet; parrainage, à savoir obtention de contrats publicitaires et de promotion pour des tiers; télémarketing; services de conseils commerciaux auprès de la clientèle; promotion des ventes de produits et de services pour des tiers; location de matériel de bureau; recrutement de personnel de bureau; fourniture d'adresses commerciales (à des fins publicitaires); fourniture d'espaces publicitaires et de contacts commerciaux, notamment sur Internet; publicité en ligne, à savoir marketing sur des réseaux numériques pour des

tiers; services de vente aux enchères, notamment sur Internet; tous les services précités étant relatifs aux secteurs des loisirs et des voyages; organisation de foires et d'expositions à des fins commerciales ou publicitaires; négociation de contrats d'achat et de vente de produits (pour des tiers) ainsi que de services par le biais de chaînes de téléachat; obtention de contrats de prestation de services pour des tiers par le biais de chaînes de téléachat (services compris dans cette classe); recrutement de personnel pour des lignes d'assistance téléphonique et des centres d'appel; exécution de commandes par le biais de lignes d'assistance téléphonique et de centres d'appels; mise à jour de bases de données informatiques; maintenance, systématisation et compilation de données dans des bases de données informatiques en vue de mesures de fidélisation de la clientèle; services de conseillers en organisation relatifs aux mesures de fidélisation de la clientèle; mise au point de techniques de commercialisation reposant sur l'octroi de primes et avantages similaires; services de conseillers en organisation relatifs à la promotion des ventes par le biais de programmes de fidélisation de la clientèle, de primes et de bonus; services de vente au détail des produits compris dans les classes 1 à 34; fourniture d'informations à des tiers en matière de localisation électronique de fret.

36 Assurances; affaires financières, affaires monétaires; affaires immobilières, notamment gestion d'installations, à savoir gestion de bâtiments en tous genres, courtage immobilier; services d'entrepreneurs en bâtiments, à savoir préparation de projets immobiliers d'un point de vue financier; services de conseillers financiers en matière de franchisage; parrainage sous forme d'aide financière; crédit-bail, mise à disposition et location de biens immobiliers; location de bureaux; émission de cartes de crédit.

39 Transport et entreposage de marchandises; transport de personnes et de marchandises, notamment transport routier, ferroviaire, maritime et aérien; portage; transport d'argent et d'objets de valeur; préparation, réservation et organisation de voyages, d'excursions et de croisières; organisation de services de transport; location de combinaisons de plongée; préparation, réservation et organisation d'excursions, d'excursions à la journée et de visites touristiques; services de conseillers en matière de voyages et accompagnement de voyageurs; location, réservation et mise à disposition d'aéronefs; location, réservation et mise à disposition de bateaux, notamment barques à rames, bateaux à moteur, bateaux à voile et canoës, location, réservation et mise à disposition de bicyclettes, de véhicules à moteur, de chevaux ainsi que de matériel de plongée (services compris dans cette classe); emballage et entreposage de marchandises; livraison de colis; organisation de voyages, de vacances et d'excursions; services d'agences de voyage, notamment services de réservation et de conseillers en matière de voyages; mise à disposition d'informations en matière de voyages, organisation de services de transport et de voyages; services de réservation pour les voyages (compris dans cette classe); mise à disposition d'informations en matière de voyages sur Internet, notamment renseignements en matière de réservation de voyages touristiques et d'affaires (agences de voyage en ligne); tous les services précités concernant notamment le secteur des voyages et des loisirs; livraison, expédition et distribution de journaux et de revues; services de conseillers en matière de tourisme, de transport et d'entreposage par le biais de centres d'appels et de lignes d'assistance téléphonique; localisation de véhicules de tourisme par ordinateur, informations en matière de trafic.

41 Education et formation continue, services de conseillers pédagogiques; enseignement, notamment cours de langue et cours par correspondance; divertissement; production de films et de vidéos, location de films et de vidéos, projection de films et de vidéos; services d'agences artistiques; agences de modèles pour artistes (divertissement); interprétations musicales; spectacles de cirque; divertissement public; représentations théâtrales; organisation et animation de concerts; services de billetterie (divertissement); organisation et fourniture de services de centres de loisirs parascolaires

proposant aux enfants des divertissements pédagogiques; services de divertissement, notamment services de camps de vacances; organisation et conduite de cours de sport et de langue, de projections de films et de représentations musicales; services de clubs de santé, notamment mise à disposition de matériel et de cours de mise en forme physique (compris dans cette classe), exploitation de centres d'entraînement et de centres de culture physique, terrains de golf, courts de tennis, installations équestres, garderies (éducation et divertissement), salles de cinéma et de théâtre, discothèques, musées (visites, expositions), salles de jeux électroniques, centres sportifs et installations sportives, parcs d'attractions; location de matériel de plongée libre; organisation de compétitions sportives; organisation et préparation de manifestations culturelles et sportives; services de réservation (compris dans cette classe) dans le cadre d'événements sportifs, scientifiques et culturels; mise à disposition d'informations en matière de divertissement et de formation continue par Internet; services de divertissement, notamment services de jeux en ligne; location de supports de données enregistrées (films, musique, jeux), d'appareils de projection et de leurs accessoires (compris dans cette classe); location de journaux et de revues, publication de livres, journaux, revues et autres produits imprimés (autres que publicitaires), y compris électroniques, dont cédéroms; diffusion de produits imprimés (à l'exception des textes publicitaires), notamment de livres, revues, catalogues et journaux, y compris publications électroniques, notamment en ligne; production de films (enregistrement de disques numériques polyvalents et de cédéroms), enregistrement sur bandes vidéo; organisation d'expositions à des fins culturelles et pédagogiques; services de parcs d'attractions et de loisirs touchant à l'éducation et au divertissement; services de traduction et d'interprétation; photographie; divertissements radiophoniques et télévisés; services de conseillers en matière de divertissement et d'éducation par le biais de centres d'appels et de lignes d'assistance téléphonique; services de conseillers relatifs à des services de réservations dans le cadre d'événements culturels, scientifiques et sportifs par le biais de centres d'appels et de services d'assistance téléphonique; mise à disposition d'informations en matière de divertissements et de manifestations récréatives par le biais de réseaux en ligne et d'Internet.

43 Hébergement temporaire, services de restauration (alimentation); services d'agences de logement; mise à disposition et location de maisons et d'appartements de vacances; services de réservation de chambres et d'hôtels, services d'hôtels, de motels et de pensions; services de traiteurs; prestation de services de pensions, d'hôtels et de motels; location de salles de réunion; services de restauration dans le cadre de bars et de restaurants; services de restauration dans le cadre de cybercafés; services de conseillers en matière de services d'agences de logement et d'hébergement temporaire (hôtels, pensions), de mise à disposition et de location de maisons de vacances, de réservation de chambres et d'hôtels ainsi que de services d'hébergement et de traiteurs, par le biais de centres d'appels ou de lignes d'assistance téléphonique.

16 Paper, cardboard and goods made from these materials included in this class, in particular transfers, stickers, containers for stationery, beer mats, paper and plastic packing bags, paper bags, pads of paper and writing paper; printed matter, in particular books, leaflets, brochures, newspapers and magazines; photographs, postcards; tickets, entry tickets, calendars, cards, catalogues; writing instruments, in particular pens, pencils and fountain pens; artists' materials; paint brushes; office requisites (other than furniture); instructional and teaching material (except apparatus); cardboard, paper and plastic materials for packaging included in this class; printers' type; paper flags and pennants made of paper; bookbinding material; adhesives for stationery purposes.

35 Advertising, including advertising on the internet, marketing, public relations, advertising and promotional services (for third parties), rental of advertising material,

direct mail advertising; market research including opinion polling and market analysis; publication of publicity texts; management and business organization and management advisory services; bookkeeping; business and business organizational consultancy, advisory and coordination services, in particular in the area of data processing; hotel management for third parties; business organizational consultancy, management advisory and administrative coordination services for travel agencies, fitness clubs and sports and leisure facilities; distribution of samples for advertising purposes, duplication of documents; business organizational preparation of building projects as a service of a building contractor; business organizational consultancy for franchising concepts; rental of advertising space on the internet; sponsorship, namely providing of advertising and promotional contracts for third parties; telemarketing; commercial advisory services for consumer; sales promotion for goods and services of third parties; rental of office equipment; recruitment of office staff; providing of business addresses (for advertising purposes); providing of advertising space and business contacts, in particular on the internet; webvertising, namely, marketing for third parties in digital networks; auctioneering services, in particular on the internet; all the above services in particular in the travel and recreational sector; organization of fairs and exhibitions for commercial or for advertising purposes; provision of contracts on the purchase and sale of goods (for third parties) and on the use of services by teleshopping channel; procurement of contracts for provision of services for third parties by teleshopping channel (included in this class); employment of staff for hotlines and call centre; order counter services by hotline and call centre; data updating in computer data bases; maintenance, systemization and compilation of data in computer databases for measures of customer retention; organizational consulting regarding measures of customer retention; developing marketing activities that include the provision of bonuses and similar perks; organizational consulting for promoting sales by implementing award, bonus and customer loyalty programs; retail services for goods of classes 1 to 34; providing electronic tracking of freight information to others.

36 Insurance; financial affairs, monetary affairs; real-estate affairs, in particular, facility management, namely the management of buildings of all types, real-estate brokers; services of a building contractor, namely financial preparation of building projects; financial consultancy for franchising concepts; sponsorship in the form of financial support; leasing, providing, renting out of real estate; rental of offices; issuing of credit cards.

39 Transport and storage of goods; transport of persons and goods, in particular, by road, rail, sea and air; porter services; transport of money and valuables; travel organization, booking and arrangement of travel, excursions and cruises; arrangement of transport services; rental of diving suits; organization, booking and arrangement of excursions, day trips and sightseeing tours; travel consultancy and escorting of travelers; rental, booking and providing of aircraft; rental, booking and providing of ships, in particular rowing and motor boats, sailing vessels and canoes, rental, booking and providing of motor vehicles and bicycles, horses and diving equipment (included in class 39); packaging and storage of goods; parcel delivery; organization of trips, holidays and sightseeing tours; travel agency services, in particular consultancy and booking services for travel; providing information about travel, arrangement of transport services and travel; reservation services for travel (included in this class); information about travel on the internet, in particular, about reservation and booking in the tourism and business travel sector (online travel agencies); all the above services, in particular in the travel and recreational sector; delivery, dispatching and distribution of newspapers and magazines; consultation provided by telephone call centres and hotlines in the field of tourism, transport and storage;

location of passenger vehicles by computer; traffic information.

41 Education and continuous training, educational consultancy; teaching, in particular in the field of correspondence and language courses; entertainment; film and video film production, film and video rental, film and video performances; artist agency services; modeling for artists (entertainment); musical performances; circus performances; public entertainment; theatrical performances; arranging and conducting of concerts; ticket agency services (entertainment); organization and providing of an after school children's entertainment centre featuring educational entertainment; entertainment services, in particular holiday camp services; arranging and administration of teaching in the field of sports, languages, film and musical performances; health club services, in particular, providing equipment and instruction in the field of physical fitness (included in this class), providing training clubs and fitness clubs, golf courses, tennis courts, riding facilities, kindergartens (education, entertainment), cinema theatre facilities, discotheques, museum (presentation, exhibitions), amusement arcades, sports camps and sports facilities, amusement parks; rental of skin diving equipment; organization of sports competitions; organization and arrangement of cultural and sporting events; reservation services (included in this class) for sporting, scientific and cultural events; providing of information for entertainment purposes and continuing education via the Internet; entertainment services, in particular, providing on-line games; rental of recorded data carriers (films, music, games), projector apparatus and the accessories thereof (included in this class); rental of newspapers and magazines, publication of books, newspapers, magazines and other printed material (other than publicity purposes) also in terms of electronic media including CD-ROMs; issuing of printed matter (other than publicity texts), in particular of books, magazines, catalogues and newspapers including electronic publications, especially online; film production (recording of DVDs and CD-ROMs), video taping; organization of exhibitions for cultural and teaching purposes; services of a recreation and amusement park in the education and entertainment sector; services of an interpreter and of a translator; photography; radio entertainment, television entertainment; consultation provided by telephone call centres and hotlines in the field of education and entertainment; consultation provided by telephone call centres and hotlines in the field of reservation services for sporting, scientific and cultural events; information about entertainment and entertainment events via online network and Internet.

43 Providing temporary accommodation, providing of food and drinks for guests; accommodation bureau services; providing and rental of holiday homes, holiday flats and apartments; providing room reservation and hotel reservation services, providing hotel, boarding house and motel services; catering; services of boarding houses, hotels and motels; rental of meeting rooms; providing of food and drinks in restaurants and bars; providing food and drinks in internet cafes; consultation provided by telephone call centres and hotlines in the field of temporary room and board accommodation bureau services, providing and rental of holiday homes, accommodation service and hotel reservation as well as accommodation and catering for guests.

16 Papel, cartón y productos de estas materias comprendidos en esta clase, en particular calcomanías, autoadhesivos, recipientes para papelería, posavasos, bolsas de papel y materias plásticas para embalaje, bolsas de papel, blocs de papel y papel de escribir; productos de imprenta, en particular libros, folletos, prospectos, diarios y revistas; fotografías, tarjetas postales; tickets, billetes de entrada, calendarios, tarjetas, catálogos; instrumentos para escribir, en particular bolígrafos, lápices y estilográficas; material para artistas; pinceles; artículos de oficina, excepto muebles; material de instrucción o de enseñanza (excepto aparatos); cartón, papel y materias plásticas para embalaje comprendidos en esta clase; caracteres de imprenta; banderas y banderines

de papel de papel; artículos de encuadernación; adhesivos para la papelería.

35 Publicidad, incluida publicidad en Internet, comercialización, servicios de relaciones públicas, publicidad y promoción (para terceros), alquiler de material publicitario, publicidad directa por correo; investigación de mercados; incluidos sondeos de opinión y análisis de mercados; publicación de textos publicitarios; servicios de asesoramiento en organización y gestión administrativas y comerciales; contabilidad; consultoría en materia de negocios y gestión comercial, servicios de asesoramiento y coordinación, en particular en el ámbito del procesamiento de datos; gestión hotelera por cuenta de terceros; consultoría en organización empresarial, servicios de asesoramiento en gestión y coordinación administrativa para agencias de viajes, gimnasios e instalaciones de deporte y ocio; difusión de muestras con fines publicitarios, reproducción de documentos; organización comercial de proyectos técnicos como servicios prestados por un constructor; consultoría en organización empresarial para conceptos de franquicias; alquiler de espacios publicitarios en Internet; patrocinio, a saber, servicios de contratos publicitarios y promocionales para terceros; telemarketing; servicios de asesoramiento comercial para consumidores; promoción de ventas de productos y servicios de terceros; alquiler de equipamientos de oficina; contratación de personal de oficina; facilitación de direcciones comerciales (con fines publicitarios); facilitación de espacio publicitario y contactos comerciales, en particular por Internet; publicidad por Internet, a saber, mercadotecnia para terceros en redes digitales; servicios de subastas, en particular por Internet; todos los servicios anteriormente mencionados se prestan en particular en el sector del turismo y de actividades recreativas; organización de ferias y exposiciones comerciales o publicitarias; facilitación de contratos para la compraventa de productos y servicios (para terceros) y el uso de servicios mediante canales de teletienda; facilitación de contratos para la prestación de servicios de teletienda por cuenta de terceros (comprendidos en esta clase); empleo de personal para líneas directas y centros de llamadas; servicios de pedidos mediante líneas directas y centros de llamadas; actualización de datos en bases de datos informáticas; mantenimiento, sistematización y recolección de información en bases de datos informáticas para medidas de retención de clientes; consultoría en materia de organización sobre medidas de retención de clientes; desarrollo de actividades de comercialización, que incluyen prestación de bonos e incentivos similares; asesoramiento en materia de organización para la promoción de ventas, mediante concesión de premios, bonos y programas de fidelidad para el cliente; servicios de venta al por menor de los productos comprendidos en las clases 1 a 34; facilitación de seguimiento electrónico de datos sobre fletes para terceros.

36 Seguros; negocios financieros, negocios monetarios; negocios inmobiliarios, en particular, gestión de instalaciones, a saber, gestión de todo tipo de edificios, agentes inmobiliarios; servicios prestados por un contratista de obras, a saber, organización financiera de proyectos de construcción; asesoramiento financiero para conceptos de franquicia; patrocinio en forma de apoyo financiero; arrendamiento financiero, facilitación, alquiler de bienes inmuebles; alquiler de oficinas; emisión de tarjetas de crédito.

39 Transporte y almacenaje de mercancías; transporte de personas y mercancías, en particular, terrestre, ferroviario, marítimo y aéreo; servicios de maleteros; transporte de dinero y valores; organización de excursiones, reservas y organización de viajes, excursiones y cruceros; organización de servicios de transporte; alquiler de trajes de submarinismo; organización, reserva y coordinación de excursiones, excursiones de un día y visitas turísticas; consultoría en viajes y acompañamiento de viajeros; alquiler, reservas y facilitación de aeronaves; alquiler, reservas y facilitación de buques, en particular botes de remo y de motor, canoas y veleros, alquiler, reserva y facilitación de vehículos de motor y bicicletas, caballos y material de buceo (comprendido en esta clase); embalaje y almacenaje de mercancías; distribución de paquetes; organización de excursiones, vacaciones y visitas turísticas; servicios de agencias de viajes, en particular servicios de consultoría y reservas para viajes; facilitación de información sobre viajes, organización de servicios de transporte y viajes; servicios de reservas de viajes (comprendidos en esta clase); informaciones sobre viajes en Internet, en particular, sobre reservas en el sector de los viajes turísticos y de negocios; (agencias de viajes en línea); todos los

servicios anteriormente mencionados, en particular en el sector de los viajes y del ocio; entrega, envío y distribución de periódicos y revistas; centros de atención telefónica y líneas de asistencia en los ámbitos del turismo, el transporte y el almacenaje; alquiler de vehículos de pasajeros a través de ordenadores; información sobre el tráfico.

41 Servicios de enseñanza y formación continua, consultoría en materia de educación; enseñanza, en particular en relación con cursos por correspondencia y cursos de idiomas; esparcimiento; producciones de películas cinematográficas y de vídeo, alquiler de películas y vídeos, exhibición de películas de cine y vídeo; servicios de agencia artística; modelos para artistas (esparcimiento); representaciones musicales; espectáculos de circo; entretenimiento en lugares públicos; representaciones teatrales; organización y realización de conciertos; servicios de taquilla (esparcimiento); organización y facilitación de un centro de esparcimiento extra-escolar para niños para entretenimiento educativo; servicios de esparcimiento, en particular servicios de campamentos de vacaciones; organización y administración de actividades de enseñanza en el ámbito de los deportes, los idiomas, las películas y las actuaciones musicales; servicios de clubes de salud, en particular, facilitación de equipamiento e instrucción para educación física (comprendidos en esta clase), servicios de clubes de entrenamiento y gimnasios, campos de golf, pistas de tenis, instalaciones de equitación, jardines de infancia (educación, esparcimiento), salas de cine, discotecas, museo (presentación, exposiciones), salas de juegos, campamentos deportivos e instalaciones deportivas, parques de atracciones; alquiler de equipos de buceo; organización de competiciones deportivas; organización y realización de eventos culturales y deportivos; servicios de reservas (comprendidos en esta clase) para acontecimientos deportivos, científicos y culturales; facilitación de información para fines de esparcimiento y educación a través de Internet; servicios de esparcimiento, en particular, facilitación de juegos en línea; alquiler de soportes de datos grabados (películas, música, juegos), aparatos de proyección y sus accesorios (comprendidos en esta clase); alquiler de periódicos y revistas, publicación de libros, diarios, revistas y demás material impreso (que no sean para fines publicitarios), también en soportes electrónicos y CD-ROM; publicación de productos de imprenta (que no sean publicitarios), en particular de libros, revistas, catálogos y periódicos incluidas publicaciones electrónicas, en especial en línea; producción de películas (grabación de DVDs y CD-ROMs), grabación en cintas de vídeo; organización de exposiciones con fines culturales y educativos; servicios de parques de esparcimiento y recreo en el sector de la educación y el esparcimiento; servicios de interpretación y traducción; fotografía; entretenimientos radiofónicos, entretenimiento televisado; consultoría sobre educación y esparcimiento mediante centros de llamadas y centralitas de asistencia directa; servicios de consultoría sobre acontecimientos deportivos, culturales y científicos a través de centros de llamadas y centralitas de asistencia directa; información sobre esparcimiento y eventos de esparcimiento a través de redes en línea e Internet.

43 Facilitación de hospedaje temporal, facilitación de comidas y bebidas para invitados; servicios de alojamiento en oficinas; facilitación y alquiler de casas de vacaciones, apartamentos y pisos de vacaciones; facilitación de servicios de reservas de habitaciones y reservas de hoteles, facilitación de servicios de hoteles, pensiones y moteles; servicios de comidas preparadas; servicios de pensiones, hoteles y moteles; alquiler de salas de reunión; facilitación de comidas y bebidas en restaurantes y bares; facilitación de comidas y bebidas en Internet-cafés; consultoría mediante centros de llamada y centralitas de asistencia directa sobre servicios de alojamiento temporal y de agencias de alojamiento en oficinas, facilitación y alquiler de casas de vacaciones, servicios de alojamiento y reservas de hoteles, así como alojamiento y catering para invitados.

(822) DE, 22.05.2007, 307 08 878.2/39.

(300) DE, 07.02.2007, 307 08 878.2/39.

(831) BX, CH, FR.

(832) LT.

(270) anglais / English / inglés

(580) 07.02.2008

**BULLETIN OFFICIEL
DE LA PROPRIÉTÉ INDUSTRIELLE**

MARQUES DE FABRIQUE
DE COMMERCE OU DE SERVICE

*Enregistrements
Renouvellements
Inscriptions portées au registre national des marques*

Volume II

(Code de la propriété intellectuelle, Livres VII et VIII)

*Publication hebdomadaire
N° 01/22 NL
1^{er} juin 2001*



Cabinet MEYER & Partenaires, Bureaux Europe
20, Place des Halles
67000 STRASBOURG

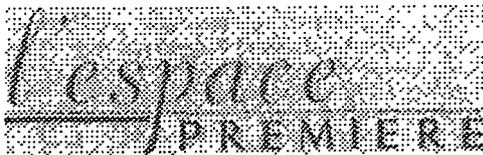
N° National : 00 3 058 864

Dépôt du : 17 OCTOBRE 2000

à : INPI STRASBOURG

Société Air France (Société Anonyme), 45, rue de Paris, 95747
ROISSY-CHARLES-DE-GAULLE.

Mandataire ou destinataire de la correspondance :
Cabinet MEYER & Partenaires, Bureaux Europe, 20, Place des
Halles, 67000 STRASBOURG.



Produits ou services désignés : Rubans adhésifs pour la papeterie ou le ménage, affiches, portes-affiches en papier ou en carton, albums, albums de coloriage, almanachs, aquarelles, maquettes d'architecture, crayons d'ardoise, ardoises pour écrire, objets d'art gravés, objets d'art lithographiés, atlas, autocollants (articles de papeterie), badges en papier, journaux de bandes dessinées, bavettes en papier, bavoires en papier, dessous de chopes à bières, billets (tickets), billets de transport, blocs (papeterie), blocs à dessin, boîtes en carton ou en papier, emballages et enveloppes pour bouteilles en carton ou en papier, brochures, modèles de broderie, articles de bureau (à l'exception des meubles), timbres à cacheter, cachets (sceaux), coffrets à cachets (timbres), cahiers, calendriers, dessous de carafes en papier, carnets, cartes, cartes d'abonnement, cartes à jouer, cartes géographiques, cartonnages, cartons à chapeaux (boîtes), catalogues, chemises pour documents, bagues (anneaux) de cigares, circulaires, classeurs (articles de bureau), coffrets pour la papeterie (articles de bureau), confettis, jetons de contrôle, corbeilles à courrier, cornets de papier, couches-culottes en papier ou en cellulose (à jeter), coupe-papier (articles de bureau), couvertures (papeterie), craie à écrire, crayons, porte-crayons, taille-crayons, crémiers (petits vases) en papier, décalcomanies, serviettes à démaquiller en papier, fournitures pour le dessin, instruments de dessin, dessins, distributeurs de ruban adhésif (articles de papeterie), dossiers (papeterie), drapeaux (en papier), eaux-fortes (gravures), fournitures pour écrire, écriteaux en papier ou en carton, instruments d'écriture, écussons (cachets en papier), gommes à effacer, élastiques de bureau, papier d'emballage, encres, tampons encreurs, encriers, matériel d'enseignement et d'instruction (à l'exception des appareils), enseignes en papier ou en carton, enveloppes (papeterie), éphémérides, essuie-mains en papier, essuie-plumes, étiquettes non en tissu, faire-part (papeterie), fanions (en papier), feuilles (papeterie), feuilles bullées (en matière plastique pour l'emballage ou le conditionnement, fiches (papeterie), figurines (statuettes) en papier mâché, formulaires, formules, fournitures scolaires, globes terrestres, représentations graphiques, gravures, horaires imprimés, papier hygiénique, images, impressions, imprimés, jeux de cartes, journaux, papier à lettres, linge de table (en papier), lithographies, livres, marques pour livres, livrets, manuels, matières plastiques pour le modelage, sachets pour la cuisson par micro-ondes,

porte-mines, matériaux pour le modelage, mouchoirs de poche (en papier), napperons en papier, nappes en papier, palettes pour peintres, articles de papeterie, presse-papiers, pochettes pour passeports et documents d'identité, pastels (crayons), boîtes de peinture (matériel scolaire), peintures (tableaux) encadrées ou non, pellicules en matières plastiques pour l'emballage, périodiques, photographies, supports pour photographies, photogravures, pince-notes, pinceaux, plans, porte-plume, plumiers, porte-chéquiers, portraits, cartes postales, prospectus, publications, registres (livres), répertoires, revues (périodiques), rideaux en papier, ronds de table (en papier); rubans de papier, sacs à ordures (en papier ou en matières plastiques), sacs, sachets (enveloppes, pochettes) pour l'emballage (en papier ou en matières plastiques), serviettes de table (en papier), serviettes de toilette (en papier), signets, cartes de souhaits, sous-main, stores en papier, stylos, supports pour plumes et crayons, tapis de table en papier, tablettes à écrire, trousse à dessin. Transport, emballage et entreposage de marchandises, organisation de voyages, accompagnement de voyageurs, transports aériens, transports aéronautiques, affrètement, agences de tourisme (à l'exception de la réservation d'hôtels, de pensions), assistance en cas de pannes de véhicules (remorquage), services d'autobus, transport en automobile, location d'automobiles, services de location de conteneurs d'entreposage, distribution du courrier, dépôt de marchandises, distribution de journaux, distribution (livraison) de produits, de marchandises, emballage de marchandises, organisation d'excursions, services d'expédition, fret (transport de marchandises), informations en matière de transport, location de fauteuils roulants, location de places de stationnement, location de véhicules, messagerie (courrier ou marchandises), services de parcs de stationnement, transport de passagers, réservation de places de voyage, services de sauvetage, opérations de secours (transport), stockage, services de taxis, visites touristiques, services de transit, réservations pour le transport, transport de valeurs, réservations pour les voyages, transport de voyageurs, services de navettes automobiles, enregistrement de bagages, de marchandises et de passagers, prêt et location d'avions, mise à disposition de véhicules aériens, représentation de compagnies aériennes en matière de transport.

Classes de produits ou services : 16, 39.

BOPI de publication antérieure : 00/47 NL



MARQUES DE FABRIQUE DE COMMERCE OU DE SERVICE

Code de la propriété intellectuelle
Livre IV : Titre premier, chapitre premier
Livre VII : Titre premier ; Livre VIII

CERTIFICAT D'ENREGISTREMENT

Le Directeur général de l'Institut national de la propriété industrielle certifie que la marque reproduite au verso a été enregistrée.

L'enregistrement produit ses effets à compter de la date de dépôt de la demande pour une période de dix ans indéfiniment renouvelable.

Cet enregistrement sera publié au Bulletin officiel de la propriété industrielle

BOPI 01/22 Vol II du 1er Juin 2001.

Le Directeur général de l'Institut
national de la propriété industrielle

Daniel HANGARD

INSTITUT
NATIONAL DE
LA PROPRIÉTÉ
INDUSTRIELLE

SIEGE
26 bis, rue de Saint Petersburg
75800 PARIS cedex 08
Téléphone : 01 53 04 53 04
Télécopie : 01 42 93 59 30
<http://www.inpi.fr>

PIÈCES PRODUITES À L'APPUI DE L'OPPOSITION

En 2 exemplaires

<input checked="" type="checkbox"/> le présent acte d'opposition	2 pages
<input checked="" type="checkbox"/> l'exposé des moyens tirés de la comparaison des produits et services (Annexe 1)	11 page (s)
<input checked="" type="checkbox"/> l'exposé des moyens tirés de la comparaison des signes (Annexe 2)	5 page (s)
<input checked="" type="checkbox"/> le cas échéant, la synthèse des moyens invoqués (Annexe 3)	2 page (s)
	<hr/>
	20 pages

la copie de la publication de la demande d'enregistrement ou de l'enregistrement international contesté

la copie de la marque antérieure dans son dernier état (1) mettant en évidence, l'incidence d'une renonciation, limitation ou cession partielle sur la portée des droits de l'opposant

ou si la marque antérieure est une marque non déposée mais notoire, les pièces établissant l'existence de cette marque ainsi que sa notoriété et en définissant la portée

En 1 exemplaire :

la justification du paiement de la redevance d'opposition

s'il a été constitué un mandataire, le pouvoir (2) ou, en cas de pouvoir permanent, la copie de ce dernier rappelant son numéro d'enregistrement à l'INPI

(1) - Pour les marques françaises déposées antérieurement au 28 décembre 1991 : copie de la publication du dernier enregistrement ou, à défaut d'enregistrement, copie de la demande.

- Pour les marques françaises déposées postérieurement au 28 décembre 1991: copie de la publication de la demande ou, si cette dernière a été modifiée en cours de procédure, la copie de publication de l'enregistrement.

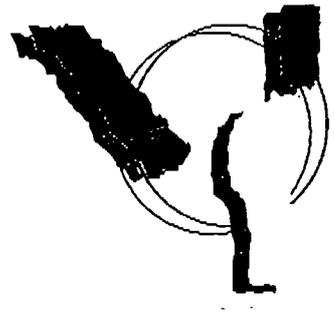
- Pour les marques internationales : copie de la publication de l'enregistrement et le cas échéant de l'extension territoriale à la France ou du dernier renouvellement (ou de la nouvelle publication effectuée à l'occasion de l'inscription d'une cession partielle).

- Pour les marques communautaires : copie de la publication de l'enregistrement et, le cas échéant, de la publication effectuée à l'occasion de l'inscription d'un transfert.

Ces documents peuvent être remplacés pour les marques françaises par un certificat d'identité ou une copie du certificat d'enregistrement, pour les marques internationales par un extrait du registre international des marques et pour les marques communautaires par un extrait du registre communautaire des marques.

(2) - Le pouvoir peut être fourni dans un délai d'un mois.

MEYER & Partenaires
Conseils en Propriété Industrielle



INSTITUT NATIONAL DE LA
PROPRIÉTÉ INDUSTRIELLE
32, rue des Trois Fontanot
920106 NANTERRE

Service des oppositions

Strasbourg, le 2 juin 2008

TELECOPIE UNIQUEMENT

Nos Réf. : A46 L235 + (JB/ADD)
Concerne : Procédure d'opposition engagée à l'encontre de la demande
de marque internationale L'ESPACE PREMIUM TUI n° 949327.

Chère Madame, Cher Monsieur,

Nous vous remercions de bien vouloir trouver ci-joint copie du formulaire d'opposition dûment complété et signé, accompagné de ses annexes dans le cadre de la procédure d'opposition citée en référence.

Nous vous prions également de trouver ci-joint copie de la feuille de taxe y afférente.

Nous vous informons avoir également transmis le mémoire d'opposition ce jour à votre service comptable par télécopie.

Nous vous souhaitons bonne réception des présentes,

Nous vous prions d'agréer, Chère Madame, Cher Monsieur, l'expression de nos salutations distinguées.

Yann PROPONNET
C.P.I N° 05-0800

P.J. : Annoncées.



26 bis, rue de Saint Pétersbourg - 75800 Paris Cedex 08

Pour vous informer : INPI DIRECT

N° Ind. 0 825 83 85 87

0,15 € TTC/mn

Télécopie : 33 (0)1 53 04 52 65

Réservé à l'INPI

**MARQUE DE FABRIQUE,
DE COMMERCE OU DE SERVICE**



N° 10344*02

Code de la propriété Intellectuelle - Livre VII

OPPOSITION À ENREGISTREMENT

page 1/2

Cet imprimé est à remplir à l'encre noire en lettres capitales. MA 464 @ w/210103

REMISE DES PIÈCES : ENVOYÉE PAR FAX LE : 02/06/08 DATE : LIEU : CONFIRMÉS PAR COURRIER LE : 03/06/08 N° DE GESTION :	1 NOM ET ADRESSE DE L'OPPOSANT OU DU MANDATAIRE À QUI LA CORRESPONDANCE DOIT ÊTRE ADRESSÉE Cabinet MEYER & Partenaires Bureaux Europe 20, Place des Halles 67000 STRASBOURG
---	--

Confirmation d'une opposition par télécopie	<input checked="" type="checkbox"/>
2 DEMANDE D'ENREGISTREMENT CONTESTÉE	Cochez l'une des deux cases suivantes
Marque française	<input type="checkbox"/>
N° du BOPI de publication	
Date de dépôt	
N° national	
Priorité revendiquée (le cas échéant)	Pays : _____ Date : _____
Marque internationale ayant effet en France	<input checked="" type="checkbox"/>
N° de la gazette OMPI de publication	2008/4 du 28/02/2008 → 1 ^{er} Juin 2008
Date d'enregistrement international	[1 4 0 6 2 0 0 7] 01/02/08
N° d'enregistrement International	949327
Priorité revendiquée (le cas échéant)	Pays : Allemagne Date : [0 7 0 2 2 0 0 7]
3 MARQUE ANTÉRIEURE INVOQUÉE	
Marque française	<input checked="" type="checkbox"/>
Date de dépôt	[1 7 1 0 2 0 0 0]
N° national	00 3 058 864
Priorité revendiquée (le cas échéant)	Pays : _____ Date : _____
Si la marque a été déposée avant le 28/12/1991, indiquez le n° d'enregistrement	N° d'enregistrement : _____
Si la marque a fait l'objet d'un renouvellement après le 28/12/1991	Date de publication au BOPI _____ ou date de dépôt de la déclaration _____
Marque internationale	<input type="checkbox"/>
Date d'enregistrement International	
N° d'enregistrement International et/ou du dernier renouvellement	
Priorité revendiquée (le cas échéant)	Pays : _____ Date : _____
Date d'inscription au registre international de l'extension à la France de cet enregistrement (le cas échéant)	

Les « catalogues » sont revendiqués par les deux marques en des termes identiques.

Les « stylos » sont revendiqués par les deux marques en des termes identiques.

Les « crayons » sont revendiqués par les deux marques en des termes identiques.

Les « pinceaux » sont revendiqués par les deux marques en des termes identiques.

Le « matériel d'instruction et d'enseignement (à l'exception des appareils) » sont revendiqués par les deux marques en des termes identiques.

Les « fanions (en papier) » sont revendiqués par des deux marques en des termes identiques.

* * *

Les « récipients pour la papeterie » revendiqués par la demande de marque contestée sont identiques ou à tout le moins fortement similaires aux « porte-crayons », « coffrets pour la papeterie (articles de bureau) », « crémiers (petits vases) en papier », « porte-mines », « porte-plumes », « supports pour plumes et crayons », « plumiers », « coffrets à cachets (timbres) », « dossiers (papeterie) », « enveloppes (papeterie) », « pochettes pour passeports et documents d'identité », « boîtes en carton ou en papier », « corbeilles à courrier » pour lesquels la marque antérieure est enregistrée.

Les produits précités de la marque antérieure constituent tous des « récipients pour la papeterie », qui se définissent comme un « vase ou un ustensile creux pouvant recevoir des substances liquides, solides ou gazeuse ».

Ils remplissent la même fonction, à savoir recevoir du papier ou des objets en rapport avec la papeterie.

Les « dessous de bière » revendiqués par la demande de marque contestée sont identiques ou à tout le moins fortement similaires aux « dessous de chopes de bières ».

Ils sont identiques ou à tout le moins similaires par nature et remplissent la même fonction, à savoir protéger les supports sur lesquels seraient posés les bouteilles et/ou les chopes/verres de bières.

Les « sacs d'emballage en papier et matière plastiques » revendiqués par la demande de marque contestée sont identiques ou à tout le moins fortement similaires aux « sachets (enveloppes, pochettes) pour l'emballage (en papier ou en matières plastiques) », « emballage et enveloppe pour bouteilles en carton ou en papier », « papier d'emballage », « feuilles bullées (en matière plastique) pour l'emballage » de la marque antérieure.

En effet, les sacs se définissent comme une sorte de poche, qui peut être notamment en toile, en cuir, en plastique ou en papier. Les sachets, enveloppes ou pochettes constituent des synonymes des « sacs ».

Les « sacs d'emballage en papier et matière plastiques » remplissent donc la même fonction que les produits précités de la marque antérieure, à savoir l'emballage d'objets et /ou de matériaux.

« *Les sacs en papier* » revendiqués par la demande de marque contestée sont identiques ou à tout le moins fortement similaires aux « *sacs* » et « *sachets (enveloppes)* » de la marque antérieure.

En effet, les « *sacs en papier* » appartiennent à la catégorie générale des « *sacs* ». Ils remplissent la même fonction, à savoir transporter des objets et/ou des matériaux.

Les « *blocs de papier* » revendiqués par la demande de marque contestée sont identiques ou à tout le moins fortement similaires aux « *blocs (papeterie)* » et « *blocs à dessin* » de la marque antérieure.

En effet, les « *blocs de papier* » appartiennent à la catégorie générale des « *blocs* ».

Ils ont la même nature et remplissent la même fonction que les blocs et les blocs à dessin de la marque antérieure, à savoir prendre des notes et/ou dessiner.

Les « *produits imprimés* » revendiqués par la demande de marque contestée sont identiques ou à tout le moins fortement similaires aux « *livres* », « *prospectus* », « *brochures* », « *journaux* », « *revues* », « *imprimés* », « *impressions* », « *horaires imprimés* ».

En effet, les « *livres* », « *prospectus* », « *brochures* », « *journaux* », « *revues* », « *imprimés* », « *impressions* », « *horaires imprimés* » revendiqués en des termes identiques par la demande de marque contestée et la marque antérieure appartiennent à la catégorie générale des « *produits imprimés* », qui se définissent comme un « *papier ou tissu à motifs imprimés* ».

Les « *billets d'entrée* » revendiqués par la demande de marque contestée sont identiques ou à tout le moins fortement similaires aux « *billets (tickets)* » revendiqués par la marque antérieure.

En effet, les « *billets d'entrée* » appartiennent à la catégorie générale des « *billets (tickets)* », qui se définissent comme un « *ticket* » ou « *un imprimé donnant accès à un spectacle..* ».

Ils ont ainsi la même nature et la même fonction, à savoir donner l'accès à un événement.

Les « *instruments d'écriture, notamment stylos, crayons et stylos à encre* » sont identiques ou à tout le moins fortement similaires aux « *Instruments d'écriture* » de la marque antérieure.

Ils remplissent la même fonction, à savoir permettre d'écrire sur un support matériel.

Les « *drapeaux en papier* » revendiqués par la demande de marque contestée sont identiques ou à tout le moins fortement similaires aux « *fanions (en papier)* » revendiqués par la marque antérieure.

Le « *fanion* » se définit comme « *un petit drapeau utilisé comme emblème ou comme signe de ralliement* ».

Le terme « drapeau » est donc le synonyme du terme « fanion ». Ces produits ont donc une fonction identique, à savoir être le symbole d'un emblème ou un signe de ralliement.

Les « *adhésifs pour la papeterie* » revendiqués par la demande de marque contestée sont identiques ou à tout le moins fortement similaires aux « *rubans adhésifs pour la papeterie* » revendiqués par la marque antérieure.

Les « *rubans adhésifs pour la papeterie* » font partie de la catégorie générale des « *adhésifs pour papeterie* ».

Ils ont la même nature et remplissent la même fonction, à savoir fixer des objets entre eux.

Les « *papier, carton et produits en ces matières* » revendiqués par la demande de marque contestée sont fortement similaires notamment aux « *affiches* », « *porte-affiches en papier ou en carton* », « *badges en papier* », « *boîtes en carton ou en papier* », « *emballages et enveloppes pour bouteilles en carton ou en papier* », « *cahiers* », « *calendriers* », « *cartonnages* », « *cornets de papier* », « *crémiers (petits vases) en papier* », « *écriteaux en papier ou en carton* », « *faire-part (papeterie)* », « *feuilles (papeterie)* », « *rubans de papier* », « *articles de papeterie* ».

Le papier, le carton et assimilés constituent les matières premières d'un grand nombre d'objets de papeterie commercialisés dans les papeteries, les librairies et/ou les grandes surfaces.

Les produits désignés par la marque antérieure sont ainsi pour la plupart fabriqués en papier, en carton ou assimilés.

Le papier se définit comme une feuille mince servant notamment à écrire, à imprimer, qui est faite avec des chiffons ou diverses substances végétales transformées en pâte.

Le carton se définit comme une pâte faite avec des rognures de papier.

Les produits visés de la marque antérieure sont donc similaires par nature aux « *papier, carton et assimilés* » revendiqués par la demande de marque contestée.

Le « *papier, carton et produits en ces matières* » constituent ainsi la base et l'élément nécessaires aux objets de papeterie, qui incluent notamment les objets précités fabriqués et commercialisés en ces matières.

Il existe dès lors une forte similarité entre le « *papier, carton et produits en ces matières* » et les articles de papeterie visés par la marque antérieure.

Les « *fournitures pour artistes* » sont fortement similaires aux « *maquettes d'architectures* », « *fournitures pour le dessin* », « *matériaux pour le modelage* », « *palettes pour peintres* », « *pinceaux* », « *trousses à dessin* », « *blocs à dessins* », « *instruments de dessin* », « *feuilles (papeterie)* », « *encres* », « *boîtes de peinture (matériel scolaire)* ».

Les « *fournitures pour artistes* » se composent des différents éléments nécessaires et indispensables aux artistes pour créer des œuvres d'art.

Ils sont donc similaires par nature notamment aux produits précités de la marque antérieure.

En outre, les produits précités sont susceptibles d'être offerts ensemble, sont destinés au même public (les artistes en général) et sont susceptibles d'être vendus dans les mêmes magasins, dans les mêmes rayons (notamment les papeteries, les librairies, les magasins spécialisés et/ou les grandes surfaces).

Ils sont donc également similaires par destination.

Les « caractères d'imprimerie » sont fortement similaires aux « cachets (sceaux), tampons, encriers ».

Ces produits sont donc similaires par nature et remplissent la même fonction, à savoir apposer un signe/caractère sur un support matériel.

Les « articles de reliure » sont fortement similaires aux « couvertures », « articles de bureaux », « classeurs », « articles de papeterie ».

Les articles de reliure peuvent ainsi être assimilés à la « couverture d'un livre relié », aux articles de bureaux, aux classeurs et aux articles de papeterie ».

Ces produits sont donc similaires par nature.

II) Pour la classe 39 :

Les services de « transport et entreposage de marchandises » sont revendiqués par les deux marques en des termes identiques.

Les « services d'accompagnement de voyageurs » sont revendiqués par les deux marques en des termes identiques.

Les « services de réservation pour les voyages » sont revendiqués par les deux marques en des termes identiques.

* * *

Les services de « transport de personnes et de marchandises, notamment transport routier, ferroviaire, maritime et aérien » revendiqués par la demande de marque contestée sont identiques ou à tout le moins fortement similaires aux services de « transport », « transport de passagers », « transport de voyageurs » et de « fret (transport de marchandises) » pour lesquels la marque antérieure est enregistrée.

Les services revendiqués par les deux marques ont une finalité commune: le transit de voyageurs et de marchandises d'un point A vers un point B.

Il existe ainsi un lien d'identité ou à tout le moins de forte similarité entre ces services.

Les services de « *transport d'argent et d'objets de valeur* » revendiqués par la demande de marque contestée sont identiques ou à tout le moins fortement similaires aux services de « *transport, transport de valeurs* » de la marque antérieure.

Les services de transport de « *valeurs* » incluent nécessairement le transport d'objets de valeurs et notamment d'argent.

Il existe ainsi un lien d'identité ou à tout le moins de forte similarité entre ces services.

Les services de « *location, réservation et mise à disposition d'aéronefs* » revendiqués par la demande de marque contestée sont identiques ou à tout le moins fortement similaires aux services de « *mise à disposition de véhicules aériens* » de la marque antérieure.

Les aéronefs font partie de la catégorie générale des véhicules aériens, sous-entendu des appareils qui circulent dans l'air.

Les services de « *location, réservation et mise à disposition de bateaux, notamment barques à rames, bateaux à moteur, bateaux à voile et canoës* » revendiqués par la demande de marque contestée sont identiques ou à tout le moins fortement similaires aux services de « *location de véhicules* » de la marque antérieure.

Un véhicule au sens large s'entend de « tout moyen de transport ».

Les services revendiqués remplissent ainsi une même fonction, à savoir transporter des personnes et/ou des marchandises vers un point donné.

Les services de « *location, réservation et mise à disposition de bicyclettes, de véhicules à moteur, de chevaux* » revendiqués par la demande de marque contestée sont identiques ou à tout le moins fortement similaires aux services de « *locations de véhicules* ».

Un véhicule au sens large s'entend de « tout moyen de transport ».

Les services revendiqués remplissent une même fonction, à savoir transporter des personnes et/ou des marchandises d'un point A vers un point B.

Les services de « *préparation, réservation et organisation de voyages, d'excursions et de croisières* » revendiqués par la demande de marque contestée sont identiques ou à tout le moins fortement similaires aux services de « *réservations pour le transport* », « *réservations pour les voyages et organisations d'excursions* », « *agences de tourisme* » de la marque antérieure.

Les services revendiqués par ces marques ont une finalité commune : l'agencement de séjours et de circuits touristiques pour les voyageurs.

Les services de « *organisation de services de transport* » revendiqués par la demande de marque contestée sont identiques ou à tout le moins fortement similaires aux services de « *organisation de voyages, agences de tourisme, informations en matière de transport, réservation pour le transport* » de la marque antérieure.

Les services revendiqués par ces marques ont une finalité commune : organiser des séjours touristiques, en réservant les moyens de transport adéquats.

Les services de « *préparation, réservation et organisation d'excursions, d'excursions à la journée et de visites touristiques* » revendiqués par la demande de marque contestée sont identiques ou à tout le moins fortement similaires aux services de « *réservations pour le transport* », « *réservations pour les voyages et organisations d'excursions* », « *agences de tourisme* », pour lesquels la marque antérieure est enregistrée.

Les services revendiqués par ces marques ont une finalité commune : préparer, organiser et réserver des séjours et/ou circuits touristiques.

Les « *services de conseillers en matière de voyages* » revendiqués par la demande de marque contestée sont fortement similaires aux services d' « *informations en matière de transport, agences de tourisme* » de la marque antérieure.

Les « *informations en matière de transport* » fournies notamment par les « *agences de tourisme* » incluent nécessairement les « *services de conseillers en matière de voyages* ».

Il existe ainsi un lien de similarité fort entre les « *Informations en matière de transport* » et « *agences de tourisme* » et les « *services de conseillers en matière de voyages* ».

Les services de « *livraison de colis* » revendiqués par la demande de marque contestée sont identiques ou à tout le moins fortement similaires aux services de « *transport, distribution (livraison) de produits, marchandises* » pour lesquels la marque antérieure est enregistrée ; les colis se définissant comme un « *ballot de marchandises* ».

Les services revendiqués par ces marques ont une finalité commune : l'acheminement de marchandises.

Les « *services d'agences de voyage, notamment services de réservation et de conseillers en matière de voyages* » revendiqués par la demande de marque contestée sont identiques ou à tout le moins fortement similaires aux services d' « *agences de tourisme, Informations en matière de transport, organisation de voyages* » de la marque antérieure.

L'agence de tourisme ou de voyage est une société commerciale dirigée par une personne physique ou morale qui propose à la clientèle des prestations touristiques relatives à des voyages ou séjours individuels ou collectifs donnant lieu ou non à un forfait touristique (incluant une nuitée).

Les services d'agences de tourisme ou de voyage incluent en outre nécessairement des « *Informations en matière de transport* », dans la mesure où c'est notamment sur la base de ces informations que la clientèle prendra sa décision quant à l'organisation d'un séjour touristique.

Les « *services de mise à disposition d'information en matière de voyages, organisation de services de transport et de voyages, agences de tourisme, organisation de voyages* » revendiqués par la demande de marque contestée sont identiques ou à tout le moins fortement similaires aux services d' « *informations en matière de transport* », « *agences de tourisme* » de la marque antérieure.

Les services d'informations en matière de transport fournis notamment par les agences de tourisme constituent la catégorie générale de services, à laquelle appartiennent nécessairement les « *services de mise à disposition d'information en matière de transport et de voyages* ».

Les services de « *mise à disposition d'informations en matière de voyages sur Internet, notamment renseignements en matière de réservation de voyages touristiques et d'affaires (agence de voyage en ligne), agences de tourisme* » revendiqués par la demande de marque contestée sont identiques ou à tout le moins fortement similaires aux services d' « *informations en matière de transport* ».

Les services d'informations en matière de transport fournis notamment par les agences de tourisme constituent la catégorie générale de services, à laquelle appartiennent nécessairement les « *Informations en matière de voyages sur Internet* ».

Avec le développement des nouvelles technologies, les informations en matière de transport peuvent également être fournis par le biais du réseau Internet.

Les services de « *livraison, expédition et distribution de journaux et de revues* » revendiqués par la demande de marque contestée sont identiques ou à tout le moins fortement similaires aux services de « *distribution de journaux, distribution (livraison) de produits, de marchandises* » et aux services d' « *expédition* ».

La distribution s'entend de l'action de distribuer, c'est-à-dire de remettre une marchandise ou un produit à une personne physique ou morale.

Les « *services de conseillers en matière de tourisme, de transport et d'entreposage par la biais de centres d'appels et de lignes d'assistance téléphonique, agences de tourisme* » revendiqués par la demande de marque contestée sont identiques ou à tout le moins fortement similaires aux « *informations en matière de transport* » et « *agences de tourisme* » de la marque antérieure.

Les services d'informations en matière de transport fournis notamment par les agences de tourisme peuvent comprendre notamment des services de conseils en matière de tourisme, de transport et d'entreposage ; la dénomination transport faisant référence à l'ensemble des moyens de déplacement de personnes et/ou de marchandises.

La mission de ces conseillers est de guider, d'informer et de conseiller les professionnels et/ou les particuliers dans leurs démarches touristiques (organisation de voyages touristiques) ou professionnelles (transport et entreposage de marchandises).

Les informations sollicitées par les professionnels et/ou les particuliers en matière de transport ou d'entreposage de marchandises peuvent également être délivrés par les professionnels du secteur par voie téléphonique.

Les « *Informations en matière de transport* » constituent donc la catégorie générale de services, à laquelle appartiennent nécessairement les « *services de conseillers en matière* »

de tourisme, de transport et d'entreposage par le biais de centres d'appels et de lignes d'assistance téléphonique ».

Les services de « *localisation de véhicules de tourisme par ordinateur* » revendiqués par la demande de marque contestée sont fortement similaires aux services de « *location d'automobiles* » de la marque antérieure.

En effet, les véhicules de location (de tourisme) sont souvent équipés de GPS, qui permettent à la fois aux touristes de se déplacer facilement et aux sociétés de location de suivre leurs voitures, afin de pouvoir intervenir rapidement, notamment en cas de pannes ou de problèmes techniques sur les voitures louées.

Les services de « *localisation de véhicules de tourisme par ordinateur* » sont donc complémentaires aux services de « *localisation de véhicules par ordinateur* ».

Les services d' « *informations en matière de trafic* » sont revendiqués par la demande de marque contestée sont identiques ou à tout le moins fortement similaires aux services d' « *informations en matière de transport* » de la marque antérieure.

Le trafic fait référence notamment à la circulation routière de véhicules, véhicules qui constituent l'un des moyens de transport principal des personnes physiques (particuliers ou professionnels).

Les « *informations en matière de transport* » constituent donc la catégorie générale de services, à laquelle appartiennent nécessairement les services d' « *informations en matière de trafic* ».



MARQUE DE FABRIQUE, DE COMMERCE OU DE SERVICE

OPPOSITION À ENREGISTREMENT

ANNEXE 2/3

Cet imprimé est à dactylographier en noir.

EXPOSÉ DES MOYENS TIRÉS DE LA COMPARAISON DES SIGNES

INDIQUEZ SI LA DEMANDE D'ENREGISTREMENT À LAQUELLE IL EST FAIT OPPOSITION CONSTITUE :

LA REPRODUCTION A L'IDENTIQUE DE LA MARQUE

L'IMITATION DE LA MARQUE

Précisez les points de ressemblance et la nature de cette dernière (par exemple, visuelle, graphique, phonétique, intellectuelle ou autre). Expliquez en quoi il peut en résulter un risque de confusion dans l'esprit du public

Voir ci-joint

En cas d'insuffisance de place, poursuivre sur une page blanche et cocher la case ci-après

ANNEXE 2

La marque antérieure est constituée du terme « L'ESPACE PREMIÈRE ».

La marque contestée est constituée des termes « L'ESPACE PREMIUM TUI », l'expression « L'ESPACE PREMIUM » étant inscrite en lettres majuscules droites et noires, distinctes du terme TUI en lettres majuscules droites et noires.

Les dénominations « L'ESPACE PREMIÈRE » et « L'ESPACE PREMIUM TUI » présentent d'importantes similitudes visuelles, phonétiques et intellectuelles, de nature à créer un risque de confusion dans l'esprit du consommateur d'attention moyenne.

Ce risque de confusion se trouve renforcé du fait de l'identité ou de la grande similitude entre les produits et services visés par la demande d'enregistrement et ceux pour lesquels la marque antérieure est protégée.

Le risque de confusion s'apprécie au regard des critères définis par la jurisprudence et appliqués par l'INPI.

Dans l'affaire C-251/95, Sabel BV contre Puma AG, Rudolphe Dassler Sport par son arrêt du 11 novembre 1997, la Cour de Justice des Communautés Européennes rappelle que la similitude visuelle, auditive ou conceptuelle des marques en cause doit être fondée sur l'impression d'ensemble produite par les marques, en tenant compte notamment des éléments distinctifs et dominants de celles-ci.

L'analyse de ces critères conduira inévitablement à conclure à l'existence de similitudes à la fois visuelles, phonétiques et conceptuelles des signes en présence, démontrant l'atteinte manifeste du titulaire de la demande d'enregistrement de la marque contestée aux droits de la marque antérieure.

1) Similitudes visuelles

La marque antérieure est composée de quinze lettres : « L'ESPACE PREMIÈRE ».

La marque contestée est composée de dix-sept lettres : « L'ESPACE PREMIUM TUI ».

La demande d'enregistrement reproduit dans le même ordre et au même rang douze des lettres composant les signes considérés. Seuls les éléments finaux « -ÈRE » et « -UM » diffèrent.

Toutefois, les consommateurs pourraient penser avoir à faire à une déclinaison de la marque antérieure.

Dans l'arrêt rendu dans l'affaire C-342/97, Lloyd Schuhfabrik Meyer&Co GmbH contre Klijsen Handel BV le 22 juin 1999, la Cour de Justice des Communautés Européennes rappelle qu'il convient de tenir compte de la circonstance que le consommateur moyen n'a que rarement la possibilité de procéder à une comparaison directe des différentes marques mais doit se fier à l'image non parfaite qu'il en a gardé en mémoire.

Cette analyse est également retenue par l'INPI dans l'analyse du risque de confusion entre les marques en cause.

L'expression « L'ESPACE », constituant le premier élément de la marque antérieure, est reproduite de manière identique en première position par la demande de marque contestée.

Il est de jurisprudence constante que l'attention du consommateur sera d'abord et essentiellement captée par l'élément d'attaque des marques en cause.

L'expression « L'ESPACE » constitue ainsi un élément distinctif essentiel de la marque antérieure.

Cet élément essentiel est repris à l'identique par la demande de marque contestée.

Il en ressort ainsi un important risque de confusion.

Le consommateur d'attention moyenne retiendra de manière première et immédiate l'élément « L'ESPACE », qui constitue un élément immédiatement identifiable et facilement mémorisable.

Le risque de confusion est en outre aggravé par l'imitation du terme « PREMIÈRE » par la demande de marque (« PREMIUM »).

Cinq des huit lettres composant la dénomination « PREMIÈRE » de la marque antérieure sont reprises à l'identique et dans le même ordre par la demande de marque, à savoir « P-R-E-M-I ».

La seule différence entre les termes « PREMIÈRE » et « PREMIUM » consiste dans les lettres finales adoptées par les marques en cause (-ÈRE et -UM).

Toutefois, les deux dénominations apparaissent fortement similaires ; la dénomination « PREMIUM », faisant référence à quelque chose de première qualité, à l'instar de la marque antérieure.

Le terme « TUI » est le troisième élément de la demande de marque, positionné en-dessous de l'expression prédominante « L'ESPACE PREMIUM ». C'est un terme court, au contraire des dénominations longues « L'ESPACE PREMIÈRE » et « L'ESPACE PREMIUM ».

Les consommateurs d'attention moyenne n'y prêteront guère d'attention ; les éléments dominants et attirants l'attention étant constitués par l'expression « L'ESPACE PREMIUM ».

En outre, la demande de marque reprend la construction visuelle de la marque antérieure : la dénomination « L'ESPACE » située sur une première ligne, puis la dénomination « PREMIUM », située en-dessous et le terme « TUI » en dernière position, en-dessous de la dénomination « PREMIUM ».

Le terme « TUI » apparaît ainsi comme un élément accessoire au sein de l'expression « L'ESPACE PREMIUM TUI », aux yeux des consommateurs.

Les consommateurs d'attention moyenne pourraient ainsi croire que la marque « L'ESPACE PREMIUM TUI » constitue une déclinaison de la marque antérieure « L'ESPACE PREMIÈRE ».

Nous avons démontré que la demande de marque contestée reprenait les éléments visuels distinctifs dominants de la marque antérieure, engendrant ainsi un risque de confusion visuel inévitable.

La demande de marque contestée « L'ESPACE PREMIUM TUI » présente dès lors d'importantes similitudes visuelles avec la marque antérieure « L'ESPACE PREMIÈRE ».

2) Similitudes phonétiques :

La marque antérieure est composée de sept syllabes.

La demande de marque contestée est composée de huit syllabes ; la dernière syllabe n'étant pas clairement identifiable phonétiquement.

La reproduction et l'imitation des éléments essentiels de la marque antérieure par la demande de marque contestée sont de nature à créer un risque de confusion dans l'esprit du public.

La demande de marque reprend les cinq premières syllabes de la marque antérieure (« LES-PA-CE-PRE-MI »).

Les cinq premières syllabes des marques en cause sont donc phonétiquement identiques ; les seules différences portant sur la syllabe et le terme finaux.

Or, il est de jurisprudence constante que l'attention du consommateur sera d'abord et essentiellement captée par les premières syllabes des marques en cause.

La reproduction à l'identique des éléments phonétiques d'attaque par la demande de marque contestée est par conséquent de nature à créer un risque de confusion dans l'esprit du public.

Les syllabes finales présentent des sonorités différentes (-ÈRE et -UM).

Toutefois, cette différence minime, qui peut faire apparaître phonétiquement le terme « PREMIUM » comme étant la déclinaison du terme « PREMIERE », n'est pas de nature à compenser les importantes similitudes entre les deux marques constituées de la reprise par la demande de marque contestée des éléments de même longueur, « LES-PA-CE-PRE-MI ».

En outre, la syllabe finale de la demande de marque contestée (-UM) n'est pas prédominante phonétiquement, de même que le terme final et accessoire « TUI ».

Dans la mesure où l'impression d'ensemble produite par les deux marques est fortement similaire d'un point de vue phonétique, il en résulte un important risque de confusion.

La demande de marque « L'ESPACE PREMIUM TUI » présente ainsi d'importantes similitudes phonétiques avec la marque antérieure « L'ESPACE PREMIERE ».

3) Similitudes intellectuelles

La marque antérieure est constituée de l'expression « L'ESPACE PREMIERE ».

La demande de marque contestée est également articulée autour de l'expression « L'ESPACE PREMIUM », qui comme nous l'avons vu présente d'importantes similitudes visuelles et phonétiques avec le terme « L'ESPACE PREMIERE ».

Le terme accessoire « TUI » ne présente aucune signification en langue française.

Ainsi, l'attention du consommateur sera attirée par l'association des termes « L'ESPACE » et d'un terme faisant référence à un élément de première qualité, commençant par « PREMI ».

Le terme « PREMIERE » évoque la « première classe (catégorie) dans les transports ».

Le terme « PREMIUM » évoque également un élément de « première qualité ».

Les termes « PREMIERE » et « PREMIUM » présentent dès lors une signification similaire.

Le consommateur, n'ayant pas les deux marques sous les yeux et conservant un souvenir imparfait des signes aura ainsi tendance à se souvenir uniquement de cette association de termes (L'ESPACE et un terme évoquant la qualité supérieure d'un service de première catégorie).

La demande de marque contestée « L'ESPACE PREMIUM TUI » évoquera ainsi dans l'esprit des consommateurs la marque antérieure « L'ESPACE PREMIERE ».

Les consommateurs vont indubitablement confondre les deux marques, état donné qu'ils seront vraisemblablement amenés à penser que la demande de marque contestée est une déclinaison de la marque antérieure « L'ESPACE PREMIERE ».

Ils attribueront donc la même origine aux produits et services exploités sous ces deux marques.

Les marques « L'ESPACE PREMIERE » et « L'ESPACE PREMIUM TUI » sont donc intellectuellement similaires.



MARQUE DE FABRIQUE, DE COMMERCE OU DE SERVICE

OPPOSITION À ENREGISTREMENT

ANNEXE 3/3

Cet imprimé est à dactylographier en noir.

SYNTHÈSE DES MOYENS

Lorsque, dans un cas particulier, l'opposant considère que la comparaison des deux marques en présence telle qu'elle résulte des annexes 1 et 2 ne rend pas entièrement compte de l'atteinte à la marque qu'il allègue, il peut présenter une synthèse de son argumentation.

Voir ci-joint

En cas d'insuffisance de place, poursuivre sur une page blanche et cocher la case ci-après

ANNEXE 3

Tant du point de vue des produits et services revendiqués que des signes, Il existe de très grandes similitudes entre la demande de marque contestée « L'ESPACE PREMIUM TUI » n° 949 327 et la marque antérieure « L'ESPACE PREMIÈRE » n° 00 3 058 864.

Dans l'arrêt C-39/97 Canon Kabushiki contre Metro Goldwyn Mayer Inc du 29 septembre 1998, la Cour de Justice des Communautés Européennes précise que l'appréciation globale du risque de confusion implique une certaine interdépendance entre les facteurs pris en compte, et notamment la similitude des marques et celles des produits ou services désignés.

Ainsi, un faible degré de similitude entre les produits ou services désignés peut être compensé par un degré élevé de similitude entre les marques et inversement.

En l'espèce, l'identité ou la forte similarité des produits et services revendiqués renforce les similitudes visuelles, phonétiques et intellectuelles existant entre les deux marques. Il existe en effet un risque de confusion réel entre les deux marques, si bien que le consommateur attribuera une origine commune aux produits et services revendiqués.

La demande d'enregistrement « «L'ESPACE PREMIUM TUI » n° 949 327 doit donc être rejetée pour les produits et services des classes 16 et 39 visés dans la présente opposition.

(151) 14.06.2007

949 327

(180) 14.06.2017

(732) TUI AG

Karl-Wiechert-Allee 4
30625 Hannover (DE).

(842) Joint Stock Company, Germany

L'Espace Premium TUI

(531) VCL(5)

. 25.1; 27.5.

(511) NCL(9)

16 Papier, carton et produits en ces matières, compris dans cette classe, notamment décalcomanies, autocollants, récipients pour la papeterie, dessous de verres à bière, sacs d'emballage en papier et en matières plastiques, sacs en papier, blocs de papier et papier à lettres; produits imprimés, notamment livres, prospectus, brochures, journaux et revues; photographies, cartes postales; tickets (billets), billets d'entrée, calendriers, cartes, catalogues; instruments d'écriture, notamment stylos, crayons et stylos à encre; fournitures pour artistes; pinceaux; fournitures de bureau (à l'exception des meubles); matériel d'instruction et d'enseignement (à l'exception des appareils); carton, papier et matières plastiques pour l'emballage, compris dans cette classe; caractères d'imprimerie; drapcaux et fanions en papier; articles de reliure; adhésifs pour la papeterie.

35 Publicité, y compris publicité sur Internet, marketing, relations publiques, services publicitaires et promotionnels (pour des tiers), location de matériel publicitaire, publipostage; recherche de marché, y compris sondage d'opinion et étude de marché; publication de textes publicitaires; gestion et prestation de conseils en matière d'organisation et de direction des affaires; comptabilité; services de conseillers, de conseil et de coordination en matière d'organisation et de gestion d'entreprise, notamment dans le domaine informatique; gestion hôtelière pour des tiers; services de conseillers en organisation des affaires, services de conseil et de coordination en matière d'organisation et de gestion d'entreprise pour le compte d'agences de voyage, de clubs de remise en forme et d'installations sportives et de loisirs; distribution d'échantillons à des fins publicitaires, reproduction de documents; préparation de l'aspect organisationnel de projets de construction (services d'entrepreneurs en bâtiment); services de conseillers en organisation des affaires en matière de franchisage; location d'espaces publicitaires sur Internet; parrainage, à savoir obtention de contrats publicitaires et de promotion pour des tiers; télémarketing; services de conseils commerciaux auprès de la clientèle; promotion des ventes de produits et de services pour des tiers; location de matériel de bureau; recrutement de personnel de bureau; fourniture d'adresses commerciales (à des fins publicitaires); fourniture d'espaces publicitaires et de contacts commerciaux, notamment sur Internet; publicité en ligne, à savoir marketing sur des réseaux numériques pour des

tiers; services de vente aux enchères, notamment sur Internet; tous les services précités étant relatifs aux secteurs des loisirs et des voyages; organisation de foires et d'expositions à des fins commerciales ou publicitaires; négociation de contrats d'achat et de vente de produits (pour des tiers) ainsi que de services par le biais de chaînes de téléachat; obtention de contrats de prestation de services pour des tiers par le biais de chaînes de téléachat (services compris dans cette classe); recrutement de personnel pour des lignes d'assistance téléphonique et des centres d'appel; exécution de commandes par le biais de lignes d'assistance téléphonique et de centres d'appels; mise à jour de bases de données informatiques; maintenance, systématisation et compilation de données dans des bases de données informatiques en vue de mesures de fidélisation de la clientèle; services de conseillers en organisation relatifs aux mesures de fidélisation de la clientèle; mise au point de techniques de commercialisation reposant sur l'octroi de primes et avantages similaires; services de conseillers en organisation relatifs à la promotion des ventes par le biais de programmes de fidélisation de la clientèle, de primes et de bonus; services de vente au détail des produits compris dans les classes 1 à 34; fourniture d'informations à des tiers en matière de localisation électronique de fret.

36 Assurances; affaires financières, affaires monétaires; affaires immobilières, notamment gestion d'installations, à savoir gestion de bâtiments en tous genres, courtage immobilier; services d'entrepreneurs en bâtiments, à savoir préparation de projets immobiliers d'un point de vue financier; services de conseillers financiers en matière de franchisage; parrainage sous forme d'aide financière; crédit-bail, mise à disposition et location de biens immobiliers; location de bureaux; émission de cartes de crédit.

39 Transport et entreposage de marchandises; transport de personnes et de marchandises, notamment transport routier, ferroviaire, maritime et aérien; portage; transport d'argent et d'objets de valeur; préparation, réservation et organisation de voyages, d'excursions et de croisières; organisation de services de transport; location de combinaisons de plongée; préparation, réservation et organisation d'excursions, d'excursions à la journée et de visites touristiques; services de conseillers en matière de voyages et accompagnement de voyageurs; location, réservation et mise à disposition d'aéronefs; location, réservation et mise à disposition de bateaux, notamment barques à rames, bateaux à moteur, bateaux à voile et canoës; location, réservation et mise à disposition de bicyclettes, de véhicules à moteur, de chevaux ainsi que de matériel de plongée (services compris dans cette classe); emballage et entreposage de marchandises; livraison de colis; organisation de voyages, de vacances et d'excursions; services d'agences de voyage, notamment services de réservation et de conseillers en matière de voyages; mise à disposition d'informations en matière de voyages, organisation de services de transport et de voyages; services de réservation pour les voyages (compris dans cette classe); mise à disposition d'informations en matière de voyages sur Internet, notamment renseignements en matière de réservation de voyages touristiques et d'affaires (agences de voyage en ligne); tous les services précités concernant notamment le secteur des voyages et des loisirs; livraison, expédition et distribution de journaux et de revues; services de conseillers en matière de tourisme, de transport et d'entreposage par le biais de centres d'appels et de lignes d'assistance téléphonique; localisation de véhicules de tourisme par ordinateur; informations en matière de trafic.

41 Education et formation continue, services de conseillers pédagogiques; enseignement, notamment cours de langue et cours par correspondance; divertissement; production de films et de vidéos, location de films et de vidéos, projection de films et de vidéos; services d'agences artistiques; agences de modèles pour artistes (divertissement); interprétations musicales; spectacles de cirque; divertissement public; représentations théâtrales; organisation et animation de concerts; services de billetterie (divertissement); organisation et fourniture de services de centres de loisirs parascolaires

proposant aux enfants des divertissements pédagogiques; services de divertissement, notamment services de camps de vacances; organisation et conduite de cours de sport et de langue, de projections de films et de représentations musicales; services de clubs de santé, notamment mise à disposition de matériel et de cours de mise en forme physique (compris dans cette classe), exploitation de centres d'entraînement et de centres de culture physique, terrains de golf, courts de tennis, installations équestres, garderies (éducation et divertissement), salles de cinéma et de théâtre, discothèques, musées (visites, expositions), salles de jeux électroniques, centres sportifs et installations sportives, parcs d'attractions; location de matériel de plongée libre; organisation de compétitions sportives; organisation et préparation de manifestations culturelles et sportives; services de réservation (compris dans cette classe) dans le cadre d'événements sportifs, scientifiques et culturels; mise à disposition d'informations en matière de divertissement et de formation continue par Internet; services de divertissement, notamment services de jeux en ligne; location de supports de données enregistrées (films, musique, jeux), d'appareils de projection et de leurs accessoires (compris dans cette classe); location de journaux et de revues, publication de livres, journaux, revues et autres produits imprimés (autres que publicitaires), y compris électroniques, dont cédéroms; diffusion de produits imprimés (à l'exception des textes publicitaires), notamment de livres, revues, catalogues et journaux, y compris publications électroniques, notamment en ligne; production de films (enregistrement de disques numériques polyvalents et de cédéroms), enregistrement sur bandes vidéo; organisation d'expositions à des fins culturelles et pédagogiques; services de parcs d'attractions et de loisirs touchant à l'éducation et au divertissement; services de traduction et d'interprétation; photographie; divertissements radiophoniques et télévisés; services de conseillers en matière de divertissement et d'éducation par le biais de centres d'appels et de lignes d'assistance téléphonique; services de conseillers relatifs à des services de réservations dans le cadre d'événements culturels, scientifiques et sportifs par le biais de centres d'appels et de services d'assistance téléphonique; mise à disposition d'informations en matière de divertissements et de manifestations récréatives par le biais de réseaux en ligne et d'Internet.

43 Hébergement temporaire, services de restauration (alimentation); services d'agences de logement; mise à disposition et location de maisons et d'appartements de vacances; services de réservation de chambres et d'hôtels, services d'hôtels, de motels et de pensions; services de traiteurs; prestation de services de pensions, d'hôtels et de motels; location de salles de réunion; services de restauration dans le cadre de bars et de restaurants; services de restauration dans le cadre de cybercafés; services de conseillers en matière de services d'agences de logement et d'hébergement temporaire (hôtels, pensions), de mise à disposition et de location de maisons de vacances, de réservation de chambres et d'hôtels ainsi que de services d'hébergement et de traiteurs, par le biais de centres d'appels ou de lignes d'assistance téléphonique.

16 Paper, cardboard and goods made from these materials included in this class, in particular transfers, stickers, containers for stationery, beer mats, paper and plastic packing bags, paper bags, pads of paper and writing paper; printed matter, in particular books, leaflets, brochures, newspapers and magazines; photographs, postcards; tickets, entry tickets, calendars, cards, catalogues; writing instruments, in particular pens, pencils and fountain pens; artists' materials; paint brushes; office requisites (other than furniture); instructional and teaching material (except apparatus); cardboard, paper and plastic materials for packaging included in this class; printers' type; paper flags and pennants made of paper; bookbinding material; adhesives for stationery purposes.

35 Advertising, including advertising on the internet, marketing, public relations, advertising and promotional services (for third parties), rental of advertising material,

direct mail advertising; market research including opinion polling and market analysis; publication of publicity texts; management and business organization and management advisory services; bookkeeping; business and business organizational consultancy, advisory and coordination services, in particular in the area of data processing; hotel management for third parties; business organizational consultancy, management advisory and administrative coordination services for travel agencies, fitness clubs and sports and leisure facilities; distribution of samples for advertising purposes, duplication of documents; business organizational preparation of building projects as a service of a building contractor; business organizational consultancy for franchising concepts; rental of advertising space on the internet; sponsorship, namely providing of advertising and promotional contracts for third parties; telemarketing; commercial advisory services for consumer; sales promotion for goods and services of third parties; rental of office equipment; recruitment of office staff; providing of business addresses (for advertising purposes); providing of advertising space and business contacts, in particular on the internet; webvertising, namely, marketing for third parties in digital networks; auctioneering services, in particular on the internet; all the above services in particular in the travel and recreational sector; organization of fairs and exhibitions for commercial or for advertising purposes; provision of contracts on the purchase and sale of goods (for third parties) and on the use of services by teleshopping channel; procurement of contracts for provision of services for third parties by teleshopping channel (included in this class); employment of staff for hotlines and call centre; order counter services by hotline and call centre; data updating in computer data bases; maintenance, systemization and compilation of data in computer databases for measures of customer retention; organizational consulting regarding measures of customer retention; developing marketing activities that include the provision of bonuses and similar perks; organizational consulting for promoting sales by implementing award, bonus and customer loyalty programs; retail services for goods of classes 1 to 34; providing electronic tracking of freight information to others.

36 Insurance; financial affairs, monetary affairs; real-estate affairs, in particular, facility management, namely the management of buildings of all types, real-estate brokers; services of a building contractor, namely financial preparation of building projects; financial consultancy for franchising concepts; sponsorship in the form of financial support; leasing, providing, renting out of real estate; rental of offices; issuing of credit cards.

39 Transport and storage of goods; transport of persons and goods, in particular, by road, rail, sea and air; porter services; transport of money and valuables; travel organization, booking and arrangement of travel, excursions and cruises; arrangement of transport services; rental of diving suits; organization, booking and arrangement of excursions, day trips and sightseeing tours; travel consultancy and escorting of travelers; rental, booking and providing of aircraft; rental, booking and providing of ships, in particular rowing and motor boats, sailing vessels and canoes, rental, booking and providing of motor vehicles and bicycles, horses and diving equipment (included in class 39); packaging and storage of goods; parcel delivery; organization of trips, holidays and sightseeing tours; travel agency services, in particular consultancy and booking services for travel; providing information about travel, arrangement of transport services and travel; reservation services for travel (included in this class); information about travel on the internet, in particular, about reservation and booking in the tourism and business travel sector (online travel agencies); all the above services, in particular in the travel and recreational sector; delivery, dispatching and distribution of newspapers and magazines; consultation provided by telephone call centres and hotlines in the field of tourism, transport and storage;

location of passenger vehicles by computer; traffic information.

41 Education and continuous training, educational consultancy; teaching, in particular in the field of correspondence and language courses; entertainment; film and video film production, film and video rental, film and video performances; artist agency services; modeling for artists (entertainment); musical performances; circus performances; public entertainment; theatrical performances; arranging and conducting of concerts; ticket agency services (entertainment); organization and providing of an after school children's entertainment centre featuring educational entertainment; entertainment services, in particular holiday camp services; arranging and administration of teaching in the field of sports, languages, film and musical performances; health club services, in particular; providing equipment and instruction in the field of physical fitness (included in this class), providing training clubs and fitness clubs, golf courses, tennis courts, riding facilities, kindergartens (education, entertainment), cinema theatre facilities, discotheques, museum (presentation, exhibitions), amusement arcades, sports camps and sports facilities, amusement parks; rental of skin diving equipment; organization of sports competitions; organization and arrangement of cultural and sporting events; reservation services (included in this class) for sporting, scientific and cultural events; providing of information for entertainment purposes and continuing education via the Internet; entertainment services, in particular, providing on-line games; rental of recorded data carriers (films, music, games), projector apparatus and the accessories thereof (included in this class); rental of newspapers and magazines, publication of books, newspapers, magazines and other printed material (other than publicity purposes) also in terms of electronic media including CD-ROMs; issuing of printed matter (other than publicity texts), in particular of books, magazines, catalogues and newspapers including electronic publications, especially online; film production (recording of DVDs and CD-ROMs), video taping; organization of exhibitions for cultural and teaching purposes; services of a recreation and amusement park in the education and entertainment sector; services of an interpreter and of a translator; photography; radio entertainment, television entertainment; consultation provided by telephone call centres and hotlines in the field of education and entertainment; consultation provided by telephone call centres and hotlines in the field of reservation services for sporting, scientific and cultural events; information about entertainment and entertainment events via online network and Internet.

43 Providing temporary accommodation, providing of food and drinks for guests; accommodation bureau services; providing and rental of holiday homes, holiday flats and apartments; providing room reservation and hotel reservation services, providing hotel, boarding house and motel services; catering; services of boarding houses, hotels and motels; rental of meeting rooms; providing of food and drinks in restaurants and bars; providing food and drinks in internet cafes; consultation provided by telephone call centres and hotlines in the field of temporary room and board accommodation bureau services, providing and rental of holiday homes, accommodation service and hotel reservation as well as accommodation and catering for guests.

16 Papel, cartón y productos de estas materias comprendidos en esta clase, en particular calcomanías, autoadhesivos, recipientes para papelería, posavasos, bolsas de papel y materias plásticas para embalaje, bolsas de papel, blocs de papel y papel de escribir; productos de imprenta, en particular libros, folletos, prospectos, diarios y revistas; fotografías, tarjetas postales; tickets, billetes de entrada, calendarios, tarjetas, catálogos; instrumentos para escribir, en particular bolígrafos, lápices y estilográficas; material para artistas; pinceles; artículos de oficina, excepto muebles; material de instrucción o de enseñanza (excepto aparatos); cartón, papel y materias plásticas para embalaje comprendidos en esta clase; caracteres de imprenta; banderas y banderines

de papel de papel; artículos de encuadernación; adhesivos para la papelería.

35 Publicidad, incluida publicidad en Internet, comercialización, servicios de relaciones públicas, publicidad y promoción (para terceros), alquiler de material publicitario, publicidad directa por correo; investigación de mercados incluidos sondeos de opinión y análisis de mercados; publicación de textos publicitarios; servicios de asesoramiento en organización y gestión administrativas y comerciales; contabilidad; consultoría en materia de negocios y gestión comercial, servicios de asesoramiento y coordinación, en particular en el ámbito del procesamiento de datos; gestión hotelera por cuenta de terceros; consultoría en organización empresarial, servicios de asesoramiento en gestión y coordinación administrativa para agencias de viajes, gimnasios e instalaciones de deporte y ocio; difusión de muestras con fines publicitarios, reproducción de documentos; organización comercial de proyectos técnicos como servicios prestados por un constructor; consultoría en organización empresarial para conceptos de franquicias; alquiler de espacios publicitarios en Internet; patrocinio, a saber, servicios de contratos publicitarios y promocionales para terceros; telemarketing; servicios de asesoramiento comercial para consumidores; promoción de ventas de productos y servicios de terceros; alquiler de equipamientos de oficina; contratación de personal de oficina; facilitación de direcciones comerciales (con fines publicitarios); facilitación de espacio publicitario y contactos comerciales, en particular por Internet; publicidad por Internet, a saber, mercadotecnia para terceros en redes digitales; servicios de subastas, en particular por Internet; todos los servicios anteriormente mencionados se prestan en particular en el sector del turismo y de actividades recreativas; organización de ferias y exposiciones comerciales o publicitarias; facilitación de contratos para la compra de productos y servicios (para terceros) y el uso de servicios mediante canales de televenta; facilitación de contratos para la prestación de servicios de televenta por cuenta de terceros (comprendidos en esta clase); empleo de personal para líneas directas y centros de llamadas; servicios de pedidos mediante líneas directas y centros de llamadas; actualización de datos en bases de datos informáticas; mantenimiento, sistematización y recolección de información en bases de datos informáticas para medidas de retención de clientes; consultoría en materia de organización sobre medidas de retención de clientes; desarrollo de actividades de comercialización, que incluyen prestación de bonos e incentivos similares; asesoramiento en materia de organización para la promoción de ventas, mediante concesión de premios, bonos y programas de fidelidad para el cliente; servicios de venta al por menor de los productos comprendidos en las clases 1 a 34; facilitación de seguimiento electrónico de datos sobre fletes para terceros.

36 Seguros; negocios financieros, negocios monetarios; negocios inmobiliarios, en particular, gestión de instalaciones, a saber, gestión de todo tipo de edificios, agentes inmobiliarios; servicios prestados por un contratista de obras, a saber, organización financiera de proyectos de construcción; asesoramiento financiero para conceptos de franquicia; patrocinio en forma de apoyo financiero; arrendamiento financiero, facilitación, alquiler de bienes inmuebles; alquiler de oficinas; emisión de tarjetas de crédito.

39 Transporte y almacenaje de mercancías; transporte de personas y mercancías, en particular, terrestre, ferroviario, marítimo y aéreo; servicios de maletas; transporte de dinero y valores; organización de excursiones, reservas y organización de viajes, excursiones y cruceros; organización de servicios de transporte; alquiler de trajes de submarinismo; organización, reserva y coordinación de excursiones, excursiones de un día y visitas turísticas; consultoría en viajes y acompañamiento de viajeros; alquiler, reservas y facilitación de aeronaves; alquiler, reservas y facilitación de buques, en particular botes de remo y de motor, canoas y veleros; alquiler, reserva y facilitación de vehículos de motor y bicicletas; caballos y material de buceo (comprendido en esta clase); embalaje y almacenaje de mercancías; distribución de paquetes; organización de excursiones, vacaciones y visitas turísticas; servicios de agencias de viajes, en particular servicios de consultoría y reservas para viajes; facilitación de información sobre viajes, organización de servicios de transporte y viajes; servicios de reservas de viajes (comprendidos en esta clase); Informaciones sobre viajes en Internet, en particular, sobre reservas en el sector de los viajes turísticos y de negocios; (agencias de viajes en línea); todos los

servicios anteriormente mencionados, en particular en el sector de los viajes y del ocio; entrega, envío y distribución de periódicos y revistas; centros de atención telefónica y líneas de asistencia en los ámbitos del turismo, el transporte y el almacenaje; alquiler de vehículos de pasajeros a través de ordenadores; información sobre el tráfico.

41 Servicios de enseñanza y formación continua, consultoría en materia de educación; enseñanza, en particular en relación con cursos por correspondencia y cursos de idiomas; esparcimiento; producciones de películas cinematográficas y de vídeo, alquiler de películas y vídeos, exhibición de películas de cine y vídeo; servicios de agencia artística; modelos para artistas (esparcimiento); representaciones musicales; espectáculos de circo; entretenimiento en lugares públicos; representaciones teatrales; organización y realización de conciertos; servicios de taquilla (esparcimiento); organización y facilitación de un centro de esparcimiento extra-escolar para niños para entretenimiento educativo; servicios de esparcimiento, en particular servicios de campamentos de vacaciones; organización y administración de actividades de enseñanza en el ámbito de los deportes, los idiomas, las películas y las actuaciones musicales; servicios de clubes de salud, en particular, facilitación de equipamiento e instrucción para educación física (comprendidos en esta clase), servicios de clubes de entrenamiento y gimnasios, campos de golf, pistas de tenis, instalaciones de equitación, jardines de infancia (educación, esparcimiento), salas de cine, discotecas, museo (presentación, exposiciones), salas de juegos, campamentos deportivos e instalaciones deportivas, parques de atracciones; alquiler de equipos de buceo; organización de competiciones deportivas; organización y realización de eventos culturales y deportivos; servicios de reservas (comprendidos en esta clase) para acontecimientos deportivos, científicos y culturales; facilitación de información para fines de esparcimiento y educación a través de Internet; servicios de esparcimiento, en particular, facilitación de juegos en línea; alquiler de soportes de datos grabados (películas, música, juegos), aparatos de proyección y sus accesorios (comprendidos en esta clase); alquiler de periódicos y revistas, publicación de libros, diarios, revistas y demás material impreso (que no sean para fines publicitarios), también en soportes electrónicos y CD-ROM; publicación de productos de imprenta (que no sean publicitarios), en particular de libros, revistas, catálogos y periódicos incluidas publicaciones electrónicas, en especial en línea; producción de películas (grabación de DVDs y CD-ROMs), grabación en cintas de vídeo; organización de exposiciones con fines culturales y educativos; servicios de parques de esparcimiento y recreo en el sector de la educación y el esparcimiento; servicios de interpretación y traducción; fotografía; entretenimientos radiofónicos, entretenimiento televisado; consultoría sobre educación y esparcimiento mediante centros de llamadas y centralitas de asistencia directa; servicios de consultoría sobre acontecimientos deportivos, culturales y científicos a través de centros de llamadas y centralitas de asistencia directa; información sobre esparcimiento y eventos de esparcimiento a través de redes en línea e Internet.

43 Facilitación de hospedaje temporal, facilitación de comidas y bebidas para invitados; servicios de alojamiento en oficinas; facilitación y alquiler de casas de vacaciones, apartamentos y pisos de vacaciones; facilitación de servicios de habitaciones y reservas de hoteles, facilitación de servicios de hoteles, pensiones y moteles; servicios de comidas preparadas; servicios de pensiones, hoteles y moteles; alquiler de salas de reunión; facilitación de comidas y bebidas en restaurantes y bares; facilitación de comidas y bebidas en Internet-cafés; consultoría mediante centros de llamada y centralitas de asistencia directa sobre servicios de alojamiento temporal y de agencias de alojamiento en oficinas, facilitación y alquiler de casas de vacaciones, servicios de alojamiento y reservas de hoteles, así como alojamiento y catering para invitados.

(822) DE, 22.05.2007, 307 08 878.2/39.

(300) DE, 07.02.2007, 307 08 878.2/39.

(831) BX, CH, FR.

(832) LT.

(270) anglais / English / inglés

(580) 07.02.2008

1^{er} Juin 2001

BULLETIN OFFICIEL DE LA PROPRIÉTÉ INDUSTRIELLE

MARQUES DE FABRIQUE
DE COMMERCE OU DE SERVICE

*Enregistrements
Renouvellements
Inscriptions portées au registre national des marques*

Volume II

(Code de la propriété intellectuelle, Livres VII et VIII)

*Publication hebdomadaire
N° 01/22 NL
1^{er} juin 2001*

2. Juin 2008 19:09

MEYER ET PARTENAIRES

N° 5855 P. 27



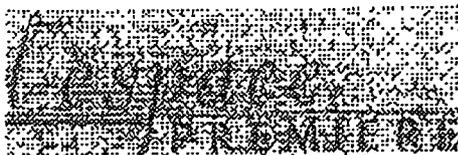
N° National : 00 3 058 864

Dépôt du : 17 OCTOBRE 2000

à : INPI STRASBOURG

Société Air France (Société Anonyme), 45, rue de Paris, 95747 ROISSY-CHARLES-DE-GAULLE.

Mandataire ou destinataire de la correspondance :
Cabinet MEYER & Partenaires, Bureaux Europe, 20, Place des Halles, 67000 STRASBOURG.



Produits ou services désignés : Rubans adhésifs pour la papeterie ou le ménage, affiches, portes-affiches en papier ou en carton, albums, albums de coloriage, almanachs, aquarelles, maquettes d'architecture, crayons d'ardoise, ardoises pour écrire, objets d'art gravés, objets d'art lithographiés, atlas, autocollants (articles de papeterie), badges en papier, journaux de bandes dessinées, bavettes en papier, bavoirs en papier, dessous de chopes à blères, billets (tickets), billets de transport, blocs (papeterie), blocs à dessin, boîtes en carton ou en papier, emballages et enveloppes pour bouteilles en carton ou en papier, brochures, modèles de broderie, articles de bureau (à l'exception des meubles), timbres à cacheter, cachets (sceaux), coffrets à cachets (timbres), cahiers, calendriers, dessous de carafes en papier, carnets, cartes, cartes d'abonnement, cartes à jouer, cartes géographiques, cartonnages, cartons à chapeaux (boîtes), catalogues, chemises pour documents, bagues (anneaux) de cigares, circulaires, classeurs (articles de bureau), coffrets pour la papeterie (articles de bureau), confettis, jetons de contrôle, corbeilles à courrier, cornets de papier, couches-culottes en papier ou en cellulose (à jeter), coupe-papier (articles de bureau), couvertures (papeterie), craie à écrire, crayons, porte-crayons, taille-crayons, crémiers (petits vases) en papier, décalcomanies, serviettes à démaquiller en papier, fournitures pour le dessin, instruments de dessin, dessins, distributeurs de ruban adhésif (articles de papeterie), dossiers (papeterie), drapeaux (en papier), eaux-fortes (gravures), fournitures pour écrire, écritaux en papier ou en carton, instruments d'écriture, écussons (cachets en papier), gommes à effacer, élastiques de bureau, papier d'emballage, encres, lampes encraures, encrers, matériel d'enseignement et d'instruction (à l'exception des appareils), enseignes en papier ou en carton, enveloppes (papeterie), éphémérides, essuie-mains en papier, essuie-plumes, étiquettes non en tissu, faire-part (papeterie), fanions (en papier), feuilles (papeterie), feuilles bulées (en matière plastique pour l'emballage ou le conditionnement), fiches (papeterie), figurines (statuettes) en papier mâché, formulaires, formules, fournitures scolaires, globes terrestres, représentations graphiques, gravures, horaires imprimés, papier hygiénique, images, impressions, imprimés, jeux de cartes, journaux, papier à lettres, linge de table (en papier), lithographies, livres, marques pour livres, livrets, manuels, matières plastiques pour le modelage, sachets pour la cuisson par micro-ondes,

Cabinet MEYER & Partenaires, Bureaux Europe
20, Place des Halles
67000 STRASBOURG

porte-mines, matériaux pour le modelage, mouchoirs de poche (en papier), napperons en papier, nappes en papier, palettes pour peintres, articles de papeterie, presse-papiers, pochettes pour passeports et documents d'identité, pastels (crayons), boîtes de peinture (matériel scolaire), peintures (tableaux) encadrées ou non, pellicules en matières plastiques pour l'emballage, périodiques, photographies, supports pour photographies, photogravures, pinces-notes, pincesaux, plans, porte-plume, plumiers, porte-chéquiers, portraits, cartes postales, prospectus, publications, registres (livres), répertoires, revues (périodiques), rideaux en papier, ronds de table (en papier); rubans de papier, sacs à ordures (en papier ou en matières plastiques), sacs, sachets (enveloppes, pochettes) pour l'emballage (en papier ou en matières plastiques), serviettes de table (en papier), serviettes de toilette (en papier), signets, cartes de souhaits, sous-main, stores en papier, stylos, supports pour plumes et crayons, tapis de table en papier, tablettes à écrire, trousse à dessin. Transport, emballage et entreposage de marchandises, organisation de voyages, accompagnement de voyageurs, transports aériens, transports aériens, affrètement, agences de tourisme (à l'exception de la réservation d'hôtels, de pensions), assistance en cas de pannes de véhicules (remorquage), services d'autobus, transport en automobile, location d'automobiles, services de location de conteneurs d'entreposage, distribution du courrier, dépôt de marchandises, distribution de journaux, distribution (livraison) de produits, de marchandises, emballage de marchandises, organisation d'excursions, services d'expédition, fret (transport de marchandises), Informations en matière de transport, location de fauteuils roulants, location de places de stationnement, location de véhicules, messagerie (courrier ou marchandises), services de parcs de stationnement, transport de passagers, réservation de places de voyage, services de sauvetage, opérations de secours (transport), stockage, services de taxis, visites touristiques, services de transit, réservations pour le transport, transport de valeurs, réservations pour les voyages, transport de voyageurs, services de navettes automobiles, enregistrement de bagages, de marchandises et de passagers, prêt et location d'avions, mise à disposition de véhicules aériens, représentation de compagnies aériennes en matière de transport.

Classes de produits ou services : 16, 39.

BOPi de publication antérieure : 00/47 NL



MARQUES DE FABRIQUE DE COMMERCE OU DE SERVICE

Code de la propriété intellectuelle
Livre IV : Titre premier, chapitre premier
Livre VII : Titre premier ; Livre VIII

CERTIFICAT D'ENREGISTREMENT

Le Directeur général de l'Institut national de la propriété industrielle certifie que la marque reproduite au verso a été enregistrée.

L'enregistrement produit ses effets à compter de la date de dépôt de la demande pour une période de dix ans indéfiniment renouvelable.

Cet enregistrement sera publié au Bulletin officiel de la propriété industrielle

BOPI 01/22 Vol II du 1er Juin 2001.

Le Directeur général de l'Institut
national de la propriété industrielle

Daniel HANGARD

**OPPOSITION À ENREGISTREMENT DE MARQUE**
ANNEXE**Détail des redevances versées**

À remplir par le demandeur

Redevance d'opposition à enregistrement de marque	410,- €
TOTAL	410,- Euros

Mode de règlement Mandat Chèque Virement Autres : Autorisation de prélèvement
sur le compte client ouvert à l'INPISignature du représentant autorisant
le prélèvement sur compte client

N° du compte : 815

Nom Prénom du signataire

Julliane BLAMEUSER

Vos références pour ce dossier
(facultatif) A46-L235 + (JB/ADD) / MLO / 02/06/2008**1 NOM ET ADRESSE DE L'OPPOSANT OU DU MANDATAIRE**Cabinet MEYER & Partenaires
Bureaux Europe
20, Place des Halles
67000 STRASBOURG**NOM ET ADRESSE DE LA PERSONNE À QUI DOIT ÊTRE ADRESSÉ
LE REÇU DE PAIEMENT (si différent du cadre 1)****2 DEMANDE D'ENREGISTREMENT
CONTESTÉE**Marque française Marque internationale ayant effet
en France 949327**3 MARQUE ANTÉRIEURE INVOQUÉE**Marque française 00 3 058 864Marque internationale Marque communautaire

PIÈCES PRODUITES À L'APPUI DE L'OPPOSITION

En 2 exemplaires

<input checked="" type="checkbox"/>	le présent acte d'opposition	2 pages
<input checked="" type="checkbox"/>	l'exposé des moyens tirés de la comparaison des produits et services (Annexe 1)	11 _____ page (s)
<input checked="" type="checkbox"/>	l'exposé des moyens tirés de la comparaison des signes (Annexe 2)	5 _____ page (s)
<input checked="" type="checkbox"/>	le cas échéant, la synthèse des moyens invoqués (Annexe 3)	2 _____ page (s)
		<hr/>
		20 _____ pages

la copie de la publication de la demande d'enregistrement ou de l'enregistrement international contesté

la copie de la marque antérieure dans son dernier état (1) mettant en évidence, l'incidence d'une renoncialion, limitation ou cession partielle sur la portée des droits de l'opposant

ou si la marque antérieure est une marque non déposée mais notoire, les pièces établissant l'existence de cette marque ainsi que sa notoriété et en définissant la portée

En 1 exemplaire :

la justification du paiement de la redevance d'opposition

s'il a été constitué un mandataire, le pouvoir (2) ou, en cas de pouvoir permanent, la copie de ce dernier rappelant son numéro d'enregistrement à l'INPI

(1) - Pour les marques françaises déposées antérieurement au 28 décembre 1991 : copie de la publication du dernier enregistrement ou, à défaut d'enregistrement, copie de la demande.

- Pour les marques françaises déposées postérieurement au 28 décembre 1991: copie de la publication de la demande ou, si cette dernière a été modifiée en cours de procédure, la copie de publication de l'enregistrement.

- Pour les marques internationales : copie de la publication de l'enregistrement et le cas échéant de l'extension territoriale à la France ou du dernier renouvellement (ou de la nouvelle publication effectuée à l'occasion de l'inscription d'une cession partielle).

- Pour les marques communautaires : copie de la publication de l'enregistrement et, le cas échéant, de la publication effectuée à l'occasion de l'inscription d'un transfert.

Ces documents peuvent être remplacés pour les marques françaises par un certificat d'identité ou une copie du certificat d'enregistrement, pour les marques internationales par un extrait du registre international des marques et pour les marques communautaires par un extrait du registre communautaire des marques.

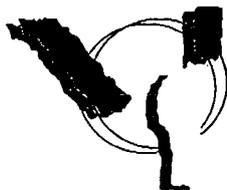
(2) - Le pouvoir peut être fourni dans un délai d'un mois.

Rapport des appels du télécopieur

1

INPI RECEPTION 34
0153045265
2008-Juin-02 19:13

Tâche	Date/Heure	Type	Identification	Durée	Pages	Résultat
26346	2008-Juin-02 19:07	Réception	03 88 75 50 45	4:25	30	Réussi
	2. Juin 2008 19:05	MEYER ET PARTENAIRES			N° 5855 P. 1	



MEYER & Partenaires
Conseils en Propriété Industrielle

INSTITUT NATIONAL DE LA
PROPRIÉTÉ INDUSTRIELLE
32, rue des Trois Fontanot
920106 NANTERRE
Service des oppositions

Strasbourg, le 2 juin 2008

TELECOPIE UNIQUEMENT

Nos Réf. : A46 L235 + (JB/ADD)
Concerne : Procédure d'opposition engagée à l'encontre de la demande
de marque internationale L'ESPACE PREMIUM TUI n° 949327.

Chère Madame, Cher Monsieur,

Nous vous remercions de bien vouloir trouver ci-joint copie du formulaire d'opposition dûment complété et signé, accompagné de ses annexes dans le cadre de la procédure d'opposition citée en référence.

Nous vous prions également de trouver ci-joint copie de la feuille de taxe y afférente.

Nous vous informons avoir également transmis le mémoire d'opposition ce jour à votre service comptable par télécopie.

Nous vous souhaitons bonne réception des présentes,

Nous vous prions d'agréer, Chère Madame, Cher Monsieur, l'expression de nos salutations distinguées.

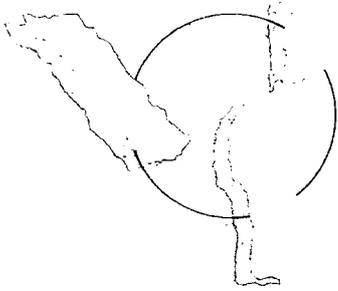


Yann PROPONNET
C.P.I N° 05-0800

P.L. : Annoncées.

Bureaux Europe - 20 Place des Halles - 67000 Strasbourg - France - Tél. int. 33 3 88 52 82 52 - Fax Int. 33 3 88 75 50 45
E-mail : mail@meyer-partenaires.com Site web : www.meyer-partenaires.com

SOCIÉTÉ D'EXERCICE LIBÉRAL A FORME ANONYME DE CONSEILS EN PROPRIÉTÉ INDUSTRIELLE
CAPITAL 396 000 € - R.C.S. STRASBOURG B 340 262 715 - T.V.A. REG. FR 73 340 352 715



CONFIRMATION

INSTITUT NATIONAL DE LA
PROPRIÉTÉ INDUSTRIELLE
32, rue des Trois Fontanot
920106 NANTERRE

Service des oppositions

Strasbourg, le 2 juin 2008

TELECOPIE UNIQUEMENT

Nos Réf. : A46 L235 + (JB/ADD)

Concerne : Procédure d'opposition engagée à l'encontre de la demande
de marque internationale L'ESPACE PREMIUM TUI n° 949327.

Chère Madame, Cher Monsieur,

Nous vous remercions de bien vouloir trouver ci-joint copie du formulaire
d'opposition dûment complété et signé, accompagné de ses annexes dans le cadre de
la procédure d'opposition citée en référence.

Nous vous prions également de trouver ci-joint copie de la feuille de taxe y
afférente.

Nous vous informons avoir également transmis le mémoire d'opposition ce jour
à votre service comptable par télécopie.

Nous vous souhaitons bonne réception des présentes,

Nous vous prions d'agréer, Chère Madame, Cher Monsieur, l'expression de nos
salutations distinguées.

I.N.P.I.(Centre de Nanterre)
OPPOSITIONS
949327
04/06/2008 - 391 504

Yann PROPONNET
C.P.I N° 05-0800

P.J. : Annoncées.

MEYER & MARTENAIRES
BUREAU EUROPE
20 place des Halles
67004 STRASBOURG CEDEX

LETTRE
PRIORITY
PRIORITAIRE

SCHILTIGHEIM
CPIS BAS RHIN
03-01-08
210 00 00351-
502A 671440

ERF
ALPOST
002 18
NR 721003

