Benelux
GERECHTSHOF
COUR DE JUSTICE

ARRÊT (Deuxième Chambre)

6 février 2024

dans l'affaire C 2023/10

Entre :

Alexandra Van Remortel

Et :

German Sports IPCo GmbH

Langue de la procédure : le néerlandais

ARREST (Tweede Kamer)

6 februari 2024

in de zaak C 2023/10

Tussen:

Alexandra Van Remortel

En:

German Sports IPCo GmbH

Procestaal : Nederlands

GREFFE
1, rue du Fort Thüngen
L-1499 Luxembourg
Tél. +352 28 11 33 30
info@courbeneluxhof.int

www.courbeneluxhof.int

GRIFFIE
1, rue du Fort Thüngen
L-1499 Luxemburg
Tel. +352 28 11 33 30
info@courbeneluxhof.int

TRADUCTION

Arrêt du 6 février 2024

Dans l'affaire C 2023/10

rendu par la Deuxième Chambre de la Cour de Justice Benelux

Entre :

Alexandra Van Remortel, demeurant à Schilde, Belgique,

partie requérante,

ci-après : Van Remortel,

représentée par Maître M. de Vroey, avocat, établi à Bruxelles, Belgique,

et :

German Sports IPCo GMbH, établie à Essen, Allemagne,

partie défenderesse,

ci-après : German Sports,

représentée par Maître H. Roerdink et Maître S.T.H. Janssen, avocats, établis à Amsterdam, Pays-Bas,

---

A. La procédure devant l'Office Benelux de la Propriété intellectuelle

1. Le 8 septembre 2021, Van Remortel a fait auprès de l'Office Benelux de la Propriété intellectuelle (ci-après : l'Office) une demande Benelux de la marque verbale/figurative suivante :

alex
by Alexandra van Remortel

(ci-après également : le signe ou la marque postérieure) pour les produits en classe 25 mentionnés ci-après au point 29.

2. L'Office a mis en examen cette demande sous le numéro 1449838.

3. Le 29 novembre 2021, German Sports a fait opposition contre l'enregistrement du signe. L'opposition est basée sur
1) la marque verbale communautaire Alex, enregistrée sous le numéro 4111076 le 8 novembre 2004 et enregistrée le 21 octobre 2009 pour les produits en classes 18, 25 et 28 (ci-après : la marque verbale communautaire) et
2) l'enregistrement de marque international avec validité de la marque verbale/figurative dans l'UE :

ALEX

Cette marque (ci-après également : la marque antérieure) a été enregistrée le 26 juillet 2019 sous le numéro 1451564 pour les produits et services en classes 5, 9, 12, 18, 21, 24, 25, 26, 28 et 32 mentionnés ci-après au point 29.

4. Pour étayer l'opposition, German Sports a fait valoir que le signe est similaire à la marque antérieure et porte sur des produits et services qui sont identiques ou similaires aux produits pour lesquels la marque antérieure a été enregistrée, et que, de ce fait, il existe, dans l'esprit du public, un risque de confusion au sens de l'article 2.2ter, alinéa 1er, sous b, de la Convention Benelux en matière de propriété intellectuelle (marques et dessins ou modèles) (ci-après : CBPI).

5. Van Remortel s'est défendue. Elle a fait valoir, entre autres, que compte tenu des différentes polices de caractères et des éléments verbaux supplémentaires « *by Alexandra van Remortel* » dans le signe, aucun risque réel de confusion n'est présent. Elle a également fait valoir que la marque verbale communautaire n'a pas fait l'objet d'un usage sérieux au sens des articles 2.16bis et 2.23bis CBPI, durant la période de cinq ans ayant précédé la date de dépôt de la demande de marque pour le signe.

6. L'Office a accueilli l'opposition par la décision du 20 février 2023 et conclu que le signe ne pouvait pas être enregistré pour les produits demandés. Dans cette décision, l'Office a en résumé considéré :
- qu'il y a un degré élevé de similitude visuelle parce que le public se concentrera particulièrement sur le mot ALEX (qui apparaît tant dans la marque que dans le signe) et accordera moins d'attention aux mots « by Alexandra van Remortel » étant donné la police de caractères plus petite et la position de ces éléments verbaux ;
- qu'il y a une similitude phonétique parce que la mention « by Alexandra van Remortel » ne sera pas prononcée ;
- qu'aucune comparaison conceptuelle n'est possible ;
- qu'il est question de produits identiques ;
- que le niveau d'attention du public pertinent est normal ;
- que la marque antérieure a un caractère distinctif normal ;
- que, compte tenu des facteurs susmentionnés, il existe un risque de confusion entre la marque antérieure et le signe en ce sens que le public peut penser que les produits désignés sous la marque antérieure et les produits désignés sous le signe proviennent de la même entreprise ou d'entreprises liées économiquement, ou que le signe est une sous-marque de German Sports ;
- qu'une appréciation sur la base de la marque verbale communautaire n'est pas nécessaire, si bien que l'Office n'a pas non plus à examiner les preuves soumises de l'usage de la marque verbale communautaire.

B. La procédure devant la Cour de Justice Benelux

7. Van Remortel a introduit un recours contre la décision de l'Office. La requête nécessaire à cet effet, avec annexes, est parvenue à la Cour de Justice Benelux (ci-après : la Cour) le 20 avril 2023. Van Remortel a, en résumé, demandé à la Cour :
- de réformer la décision de l'Office,
- de rejeter intégralement l'opposition,
- d'ordonner que le signe soit enregistré pour tous les produits demandés, et
- de condamner German Sports aux dépens de l'opposition et du recours.

8. Par un mémoire en défense, avec annexes, German Sports a contesté la demande et, en résumé, prié la Cour de rejeter le recours formé par Van Remortel et de confirmer la décision de l'Office, en condamnant Van Remortel aux dépens du recours.

9. En l'absence de demande de procédure orale, la Cour statue sur la base des pièces écrites.

C. Les motifs du recours

10. Selon Van Remortel, les considérations et la décision de l'Office sont erronées. À cet égard, elle fait valoir, en résumé, ce qui suit :
- l'OBPI a accordé trop peu d'importance aux différences entre la marque antérieure et le signe, comme d'une part l'élément figuratif qu'est le A qui se reflète dans la marque antérieure, et d'autre part la stylisation forte et unique ainsi que la mention « by Alexandra Van Remortel » visibles dans le signe, au faible caractère distinctif des prénoms tels qu'ALEX, et aux nombreux enregistrements de marque ALEX déjà existants qui coexistent sans aucun problème sur le marché
- il n'y a qu'une faible similitude visuelle. Les éléments verbaux d'une marque complexe n'ont pas toujours plus de caractère distinctif que les éléments figuratifs. Il aurait fallu accorder à l'élément figuratif qu'est le A qui se reflète la même importance qu'à l'élément verbal ALEX ;
- rien ne prouve l'affirmation selon laquelle le consommateur ne prononcera pas les mots « by Alexandra van Remortel ». Même si c'est le cas, il n'est question (au mieux) que d'une similitude phonétique moyenne ;
- les signes sont différents sur le plan conceptuel, et ce, au point que la faible similitude visuelle et la similitude phonétique moyenne sont neutralisées. Le public pertinent pourra percevoir les mots « by Alexandra van Remortel » comme une indication que les produits concernés proviennent de Van Remortel ;
- la marque antérieure n'a qu'un faible caractère distinctif parce qu'il résulte des preuves produites que les consommateurs ont été exposés à un large usage du mot Alex ;
- il n'y a pas de risque réel de confusion, d'autant plus que German Sports ne s'adresse pas au Benelux mais uniquement à l'Allemagne. Aucune preuve ni indication ne laisse supposer que le public pertinent pourrait croire que le signe est une sous-marque de la marque antérieure. Une sous-marque est généralement configurée d'une tout autre manière. L'Office a également omis de prendre en compte la jurisprudence constante selon laquelle, dans le secteur de l'habillement, l'aspect visuel joue un rôle plus important dans l'appréciation globale du risque de confusion.

11. German Sports a contesté ces affirmations.

D. Appréciation

Recevabilité

12. Le recours a été introduit sous la forme et dans le délai prévus dans la CBPI. La demande de Van Remortel est donc recevable.

Cadre juridique prévu par l'article 2.2ter, alinéa 1er, sous b, CBPI

13. Dispositions pertinentes de l'article 2.2ter, alinéa 1er, sous b, CBPI : *« Une marque faisant l'objet d'une opposition est refusée à l'enregistrement (...) : (…) b. lorsqu'en raison de son identité ou de sa similitude avec la marque antérieure et en raison de l'identité ou de la similitude des produits ou des services que les marques désignent, il existe, dans l'esprit du public, un risque de confusion ; ce risque de confusion comprend le risque d'association avec la marque antérieure. »*

14. Dans une opposition (à la différence d'une action en contrefaçon), il convient de vérifier s'il existe un risque de confusion avec la marque antérieure dans toutes les circonstances dans lesquelles le signe et la marque seraient susceptibles d'être utilisés[1].

15. Il faut apprécier si le signe et la marque antérieure sont similaires au point de pouvoir créer une confusion directe ou indirecte dans l'esprit du public pertinent. On entend notamment par là le risque que le public pertinent puisse penser que les produits ou services concernés proviennent de la même entreprise ou d'entreprises liées économiquement[2]. Le risque de confusion ne peut pas être admis sur la base d'une présomption. Il doit y avoir un risque réel de confusion dans l'esprit du public pertinent[3].

16. Le risque de confusion doit être apprécié globalement selon l'impression générale que le signe et la marque antérieure laissent auprès du public pertinent, en tenant compte de l'ensemble des circonstances pertinentes de l'espèce. Ces circonstances comprennent notamment le degré de similitude entre les signes en conflit, le degré de similitude entre les produits et services concernés, le degré de caractère distinctif - intrinsèque ou acquis par l'usage - et l'éventuelle notoriété - acquise par cet usage - de la marque antérieure[4].

17. L'appréciation globale du risque de confusion implique une certaine interdépendance entre les facteurs à prendre en compte, notamment entre la similitude entre les signes en conflit et la similitude entre les produits ou services sur lesquels ils portent. Ainsi, un faible degré de similitude entre les produits ou services concernés peut être compensé par un degré élevé de similitude entre le signe et la marque antérieure, et inversement[5]. Un certain degré de similitude entre le signe et la marque antérieure ainsi qu'un certain degré de similitude entre les produits ou services constituent toutefois des conditions cumulatives[6].

---

[1] CJUE 12 juin 2008, C-533/06 (O2/Hutchison), ECLI:EU:C:2008:339, points 66 et 67 ; CJUE 15 mars 2007, C-171/06 P (T.I.M.E. Art/Leclerc), ECLI:EU:C:2007:171, point 59.

[2] CJUE 11 novembre 1997, C-251/95 (Sabel), ECLI:EU:C:1997:528, points 16 et 18 ; CJUE 29 septembre 1998, C-39/97 (Canon), ECLI:EU:C:1998:442, point 29 ; CJUE 22 juin 1999, C-342/97 (Lloyd Schuhfabrik Meyer), ECLI:EU:C:1999:323, point 17.

[3] CJUE 22 juin 2000, C-425/98 (Marca Mode), EU:C:2000:339, point 33.

[4] CJUE 4 mars 2020, C-328/18P (Equivalenza), ECLI:EU:C:2020:156, point 57 et la jurisprudence citée.

[5] CJUE 4 mars 2020, C-328/18P (Equivalenza), ECLI:EU:C:2020:156, point 59 et la jurisprudence citée.

[6] CJUE 4 mars 2020, C-328/18P (Equivalenza), ECLI:EU:C:2020:156, point 60 et la jurisprudence citée.

18. Dans ce contexte, il faut tout d'abord examiner quel est le public pertinent (ci-après : le public pertinent) dans la présente affaire, quel est son niveau d'attention, et dans quelle mesure le signe et la marque antérieure sont perçus par le public pertinent quant à leur similitude sur les plans visuel, phonétique et conceptuel.

Le public pertinent et son niveau d'attention

19. En principe, le consommateur moyen, normalement informé et avisé, des produits et services concernés constitue le public pertinent[7]. La Cour estime que les produits pour lesquels la marque antérieure a été enregistrée (vêtements, en particulier de sport) s'adressent au grand public, et que ce dernier a un niveau d'attention moyen concernant (l'achat de) ces produits.

20. La Cour est par ailleurs d'avis que le public pertinent, comme il en est généralement ainsi pour le public dans le Benelux, a une connaissance de base de la langue anglaise et comprend le sens d'un très grand nombre de mots anglais, en particulier des mots anglais utilisés pour les produits de consommation.

Similitude entre le signe et la marque antérieure

21. Afin d'apprécier le degré de similitude entre les signes en conflit, il y a lieu de déterminer leur degré de similitude visuelle, phonétique et conceptuelle. Dans ce cadre, il ne faut pas tenir compte des conditions dans lesquelles les produits et services concernés sont commercialisés. Il s'agit d'une appréciation objective des qualités intrinsèques des signes en conflit[8].

22. L'appréciation doit se fonder sur l'impression d'ensemble produite par le signe et la marque, en tenant compte de leurs éléments distinctifs et dominants. Dans ce cadre, la perception du signe et de la marque par le public pertinent joue un rôle déterminant. Contrairement à ce que Van Remortel a fait valoir, les différences ne sont pas déterminantes dans ce cadre, parce que le consommateur moyen perçoit normalement un signe/une marque comme un tout et ne se livre pas à un examen de ses différents détails[9].

[7] CJUE 22 juin 1999, C-342/97 (Lloyd Schuhfabrik Meyer), ECLI:EU:C:1999:323, point 26.
[8] CJUE 4 mars 2020, C-328/18P (Equivalenza), ECLI:EU:C:2020:156, points 71-73.
[9] CJUE 4 mars 2020, C-328/18P (Equivalenza), ECLI:EU:C:2020:156, point 58 et la jurisprudence citée.

23. Il est possible que l'impression d'ensemble produite par un signe/une marque auprès du public pertinent soit dominée par un ou plusieurs de ses éléments[10]. Les éléments qui ne sont pas descriptifs et ceux qui ont un caractère distinctif élevé sont en général mieux à même de dominer dans l'impression d'ensemble (à prendre en compte dans le cadre du risque de confusion) produite par le signe/la marque que les éléments qui sont descriptifs ou qui ne sont pas ou que peu distinctifs[11].

Similitude visuelle

24. La marque antérieure est une marque verbale/figurative composée du mot ALEX en gras et d'un élément figuratif (plus petit) consistant en un cercle noir contenant une lettre A blanche qui se reflète. Cet élément précède le mot ALEX. Le signe est constitué du mot ALEX en gras et légèrement stylisé au-dessus des mots « by Alexandra van Remortel », écrits dans une police de caractères plus petite (et non stylisée). En se référant à l'affaire T-599/13 (Giovanni Galli)[12], Van Remortel a fait valoir que, dans les marques verbales/figuratives complexes, il ne faut pas toujours supposer que l'élément verbal a un impact plus grand sur le consommateur que l'élément figuratif, mais que les éléments figuratifs, compte tenu de leur forme, de leur taille, de leur couleur ou de leur position, peuvent être équivalents à l'élément verbal. Toutefois, la Cour est d'avis que, contrairement au cas de l'affaire citée par Van Remortel, tant l'élément figuratif de la marque antérieure que la mention contenue dans le signe occupent ici une position secondaire, si bien qu'il n'est pas question d'une équivalence. Dans la mention, la police des caractères est en outre plus petite. Cela signifie que l'attention du public se portera particulièrement sur l'élément verbal ALEX parce qu'il s'agit de l'élément dominant et que le public accordera moins d'attention aux autres éléments. Il en va de même pour (les différences au niveau de) la stylisation des lettres. Compte tenu de ce qui précède, la Cour estime dès lors qu'il y a un degré élevé de similitude visuelle entre la marque antérieure et le signe.

Similitude phonétique

25. Pour apprécier la similitude phonétique entre le signe et la marque antérieure, la Cour part du principe que la représentation phonétique d'une marque verbale/figurative correspond à celle de ses éléments verbaux, indépendamment des caractéristiques graphiques de ces éléments. Tant dans le signe que dans la marque antérieure, le mot ALEX apparaît. Ces mots sont identiques et ont également la même prononciation (A-LEX). Il faut présumer que le consommateur ne prononcera pas les mots « by Alexandra van Remortel », vu qu'ils occupent une position secondaire dans le signe et que le consommateur moyen aura tendance à abréger le signe en ne

[10] CJUE 12 juin 2007, C-334/05 P (Limonchello), ECLI:EU:C:2007:333, point 41 et la jurisprudence citée.
[11] CJUE 12 juin 2019, C-705/17 (Hansson), ECLI:EU:C:2019:481, point 53 et la jurisprudence citée.
[12] Tribunal UE 3 juin 2015, T-599/13 (Giovanni Galli), ECLI:EU:T:2015:353.

prononçant que le mot ALEX[13]. La Cour estime dès lors que la marque et le signe sont fortement similaires sur le plan phonétique.

Similitude conceptuelle

26. La Cour est - contrairement à l'Office - d'avis qu'une comparaison conceptuelle est également possible. En effet, les mots « by Alexandra van Remortel » seront perçus par le public pertinent ayant une connaissance de base de l'anglais comme une indication que les produits proviennent de Van Remortel[14]. Le mot ALEX sera reconnu comme un prénom mais n'a en tant que tel aucune signification conceptuelle. Sur le plan conceptuel, il y a donc bien une certaine différence. Van Remortel a encore soutenu que la similitude visuelle et phonétique est neutralisée par la différence conceptuelle. La Cour ne suit pas cet argument vu que ni le signe ni la marque antérieure n'ont aux yeux du public pertinent une signification claire et déterminée, que le public comprendra immédiatement. Van Remortel n'a pas non plus prouvé qu'elle est une personne connue et que le public pertinent reconnaîtra immédiatement son nom en tant que tel.

Conclusion sur la similitude entre le signe et la marque antérieure

27. Étant donné qu'à plusieurs égards, il existe au moins une certaine similitude entre le signe et la marque antérieure et qu'en outre, il est question de produits identiques, il y a lieu d'examiner s'il y a un risque de confusion[15].

28. En principe, l'appréciation de la similitude entre les produits et services concernés doit tenir compte de tous les facteurs pertinents relatifs à la relation entre les produits et services pour lesquels le signe a été déposé et ceux pour lesquels la marque antérieure a été enregistrée, tels que leur nature, leur destination et leur usage (en général) ainsi que leur caractère concurrent ou complémentaire. La question est de savoir si les produits ou services à apprécier sont à ce point similaires que, compte tenu des pratiques commerciales existantes, il faut s'attendre à ce que le public pertinent puisse attribuer la même origine à ce type de produits ou services[16].

29. La marque antérieure a été enregistrée pour les produits et services énumérés dans la partie gauche ci-dessous, le signe a été déposé pour les produits énumérés dans la partie droite ci-dessous :

[13] CJUE 4 mars 2020, C-328/18P (Equivalenza), ECLI:EU:C:2020:156, point 95.
[14] CJUE 4 mars 2020, C-328/18P (Equivalenza), ECLI:EU:C:2020:156, point 97.
[15] CJUE 24 mars 2011, C-552/09 P (Ferrero/OHMI), ECLI:EU:C:2011:177, points 65 et 66 et la jurisprudence citée.
[16] CJUE 29 septembre 1998, C-39/97 (Canon), ECLI:EU:C:1998:442, points 23 et 29.

Cl. 9 Lunettes de natation.	
Cl. 24 Serviettes en textile ; serviettes de bain ; gants de toilette.	
Cl. 25 Vêtements, en particulier vêtements de sport et fonctionnels ; chaussures ; couvre-chefs.	Cl. 25 Maillots de bain ; vêtements de plage ; vêtements ; vêtements de sport ; sous-vêtements ; vêtements de nuit ; chaussures ; couvre-chefs.
Cl. 28 Parties d'équipements de sport ; articles et équipements de sport.	

30. Les parties admettent que les produits sont identiques (en ce qui concerne la classe 25). La Cour partage cette analyse.

Caractère distinctif de la marque antérieure

31. Le caractère distinctif de la marque antérieure est un facteur important pour apprécier l'existence d'un risque de confusion. Les marques qui ont un caractère distinctif élevé, soit intrinsèquement, soit en raison de leur notoriété sur le marché, jouissent d'une protection plus étendue que celles dont le caractère distinctif est moindre. Le caractère plus distinctif de la marque antérieure peut être un facteur décisif pour déterminer le risque de confusion si la similitude entre les signes en conflit et/ou entre les produits et services est faible. Si le caractère distinctif de la marque antérieure est faible, il peut constituer un facteur militant contre le risque de confusion[17].

32. Selon Van Remortel, la marque antérieure n'a qu'un faible caractère distinctif, et il n'y a aucun risque de confusion. Pour étayer son point de vue, elle a renvoyé à une liste d'enregistrements de marque et à une capture d'écran de sites web d'où il ressortirait que, sur le marché du Benelux, de nombreuses marques contenant l'élément verbal ALEX sont utilisées. Selon la jurisprudence[18] constante, il n'est certes pas totalement exclu que, dans certains cas, la coexistence de marques antérieures sur le marché réduise le risque de confusion entre deux marques en conflit. Néanmoins, une telle éventualité ne saurait être prise en considération que si le demandeur a démontré à suffisance que cette coexistence repose sur l'absence d'un risque de confusion, dans l'esprit du public pertinent, entre les marques antérieures invoquées et la marque antérieure sur laquelle cette opposition est

[17] CJUE 29 septembre 1998, C-39/97 (Canon), ECLI:EU:C:1998:442, points 18,19 et 24.
[18] Voir par exemple Tribunal UE 20 janvier 2010, T-460/07, ECLI:EU:T:2010:18, point 68 (LIFE BLOG).

basée, et sous réserve que les marques antérieures invoquées et les marques en conflit soient identiques. De l'avis de la Cour, Van Remortel n'a pas démontré qu'il est question de marques identiques. Dans les exemples énumérés par Van Remortel, il y a en effet souvent le mot ALEX en combinaison avec un autre élément verbal. En outre, Van Remortel n'a pas non plus suffisamment démontré que ces marques sont effectivement utilisées, ni pour quels produits spécifiques elles sont utilisées. Pour le reste, la marque antérieure n'est pas descriptive des produits pour lesquels elle a été enregistrée, si bien qu'un caractère distinctif normal est pris pour référence.

Risque de confusion entre le signe et la marque antérieure ?

33. Dans le cadre de l'appréciation globale du risque de confusion, la Cour prend pour référence un caractère distinctif normal de la marque antérieure. Il est en outre tenu compte du fait que le public pertinent ait un niveau d'attention moyen et qu'il s'agisse ici de produits identiques (vêtements (de sport)). Tant sur le plan visuel que sur le plan phonétique, le signe et la marque antérieure sont fortement similaires ; sur le plan conceptuel, il y a une certaine différence. L'image d'ensemble sera principalement définie par le mot ALEX, et le public pertinent n'accordera que peu ou pas d'attention aux mots « by Alexandra van Remortel » ou à l'élément figuratif de la marque antérieure, compte tenu de leur position secondaire et de la police de caractères plus petite. Compte tenu de toutes ces circonstances, la Cour estime que le public pertinent pourra penser que les produits concernés proviennent de la même entreprise ou d'entreprises liées économiquement, si bien qu'il y a un risque réel de confusion. Le public pertinent peut également penser qu'il est question d'une sous-marque de German Sports. L'affirmation de Van Remortel selon laquelle une sous-marque est généralement configurée d'une toute autre manière n'a pas été étayée, si bien que la Cour n'en tient pas compte. Enfin, Van Remortel a encore fait valoir que German Sports ne s'adresse qu'aux consommateurs d'Allemagne, si bien que, dans la pratique, le consommateur du Benelux ne sera jamais confronté aux deux signes, ce qui fait qu'aucun risque de confusion n'est possible. Toutefois, Van Remortel ne tient ainsi pas compte du fait que, dans une procédure d'opposition, il n'y a pas lieu d'analyser l'usage effectif de la marque antérieure, mais les produits ou services de la marque telle qu'elle a été enregistrée ou déposée[19].

Usage sérieux

34. Etant donné que l'opposition est fondée sur base de la seule marque antérieure, il n'appartient pas à la Cour – tout comme à l'Office – de se prononcer sur la question de savoir s'il y a usage sérieux de la marque verbale communautaire.

[19] Tribunal UE 16 juin 2010, T-487/08, ECLI:EU:T:2010:237, point 71 (Krenosin/Kremezin).

Conclusion

35. En conclusion, l'opposition a été accueillie à juste titre. La Cour rejettera le recours.

Dépens de la procédure de recours

36. En tant que partie succombante, la requérante sera condamnée aux dépens du recours. Vu qu'aucun droit de greffe n'a été perçu dans la présente affaire, les dépens seront fixés sur la base des taux de liquidation visés à l'article 4.9, sous c), du Règlement de procédure de la Cour.

E. Décision

La Cour de Justice Benelux, Deuxième Chambre, contradictoirement :

- rejette le recours ;
- condamne Van Remortel aux dépens du recours, fixés à ce jour pour German Sports à 1.800 euros au titre des honoraires de l'avocat.

Le présent arrêt a été rendu par S. Granata, premier vice-président, M. Hornick, juge suppléant, et M.P.J. Ruijpers, juge suppléant.

Il a été prononcé à Luxembourg, à l'audience publique du 6 février 2024 par Th. Schiltz, président, en présence d'A. van der Niet, greffier, conformément à l'article 1.60, alinéa 2, du Règlement de procédure de la Cour de Justice Benelux.