

ARRÊT DU TRIBUNAL (sixième chambre)

2 décembre 2009*

Dans l'affaire T-434/07,

Volvo Trademark Holding AB, établie à Göteborg (Suède), représentée par M^{es} T. Dolde, V. von Bomhard et A. Renck, avocats,

partie requérante,

contre

Office de l'harmonisation dans le marché intérieur (marques, dessins et modèles) (OHMI), représenté par M^{me} S. Laitinen et M. A. Folliard-Monguiral, en qualité d'agents,

partie défenderesse,

* Langue de procédure : l'anglais.

l'autre partie à la procédure devant la chambre de recours de l'OHMI intervenant devant le Tribunal, étant

Elena Grebenshikova, demeurant à Saint-Pétersbourg (Russie), représentée par M^e M. Björkenfeldt, avocat,

ayant pour objet un recours formé contre la décision de la deuxième chambre de recours de l'Office de l'harmonisation dans le marché intérieur (marques, dessins et modèles), du 2 août 2007 (affaire R 1240/2006-2), relative à une procédure d'opposition entre Volvo Trademark Holding AB et M^{me} Elena Grebenshikova,

LE TRIBUNAL (sixième chambre),

composé de MM. A. W. H. Meij (rapporteur), président, V. Vadapalas et T. Tchipev, juges,

greffier : M. N. Rosner, administrateur,

vu la requête déposée au greffe du Tribunal le 28 novembre 2007,

vu le mémoire en réponse de l'intervenante déposé au greffe du Tribunal le 3 mars 2008,

vu le mémoire en réponse de l'Office déposé au greffe du Tribunal le 18 mars 2008,

à la suite de l'audience du 4 juin 2009,

rend le présent

Arrêt

Antécédents du litige

- 1 Le 26 novembre 2003, l'intervenante, M^{me} Elena Grebenshikova, a présenté une demande de marque communautaire à l'Office de l'harmonisation dans le marché intérieur (marques, dessins et modèles) (ci-après l'« Office »), en vertu du règlement (CE) n° 40/94 du Conseil, du 20 décembre 1993, sur la marque communautaire (JO 1994, L 11, p. 1), tel que modifié [remplacé par le règlement (CE) n° 207/2009 du Conseil, du 26 février 2009, sur la marque communautaire (JO L 78, p. 1)].

- 2 La demande de marque visait le signe figuratif suivant :



- 3 Les produits et services pour lesquels l'enregistrement de la marque a été demandé relevaient des classes 9, 39 et 42 au sens de l'arrangement de Nice concernant la

classification internationale des produits et des services aux fins de l'enregistrement des marques, du 15 juin 1957, tel que révisé et modifié.

- 4 La demande de marque communautaire a été publiée au *Bulletin des marques communautaires* n° 47/2004, du 22 novembre 2004.
- 5 Le 17 février 2005, la requérante, Volvo Trademark Holding AB, a formé une opposition au titre de l'article 42 du règlement n° 40/94 (devenu article 41 du règlement n° 207/2009), à l'encontre de l'enregistrement de la marque demandée.
- 6 L'opposition était fondée sur deux enregistrements antérieurs de marques communautaires n°s 2347193 et 2361087, ainsi que sur quatre enregistrements antérieurs du Royaume-Uni n°s 747362, 1102971, 1552528 et 1552529, portant sur le signe verbal VOLVO.
- 7 L'opposition était également fondée sur l'enregistrement antérieur du Royaume-Uni n° 747361, portant sur le signe figuratif suivant :



- 8 Les marques antérieures, pour lesquelles la requérante faisait valoir une renommée dans la Communauté européenne, couvraient une vaste gamme de produits et de services. En particulier, la marque communautaire n° 2361087 visait notamment les « logiciels informatiques », relevant de la classe 9.
- 9 L'opposition était fondée sur l'ensemble des produits et des services désignés par les marques antérieures et était dirigée à l'encontre de l'ensemble des produits et des services visés par la demande de marque communautaire.
- 10 Les motifs de l'opposition étaient ceux visés à l'article 8, paragraphe 1, sous b), et paragraphe 5, du règlement n° 40/94 [devenu article 8, paragraphe 1, sous b), et paragraphe 5, du règlement n° 207/2009].
- 11 Le 1^{er} juin 2005, l'intervenante a limité sa demande de marque communautaire aux « programmes informatiques pour un système de gestion des stocks et programmes informatiques pour un système de terminal à conteneurs », relevant de la classe 9.
- 12 Par décision du 23 août 2006, la division d'opposition a rejeté l'opposition au motif que les signes litigieux n'étaient pas similaires. À cet effet, elle a examiné l'opposition en ne prenant en considération que la marque communautaire antérieure n° 2361087, qui portait sur le signe verbal VOLVO et couvrait des produits et des services relevant des classes 9 et 42, considérant que cela n'affectait pas négativement la position de la requérante.
- 13 Le 21 septembre 2006, la requérante a formé un recours contre la décision de la division d'opposition.

14 Par décision du 2 août 2007 (ci-après la « décision attaquée »), la deuxième chambre de recours a rejeté le recours. À l'instar de la division d'opposition, la chambre de recours a examiné le bien-fondé de l'opposition en ne prenant en compte que la marque communautaire antérieure n° 2361087, portant sur le signe verbal VOLVO.

15 En ce qui concerne l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 40/94, elle a considéré que les marques litigieuses n'étaient pas similaires et que, partant, l'une des conditions visées par cette disposition n'était pas satisfaite. En ce qui concerne l'article 8, paragraphe 5, du règlement n° 40/94, la chambre de recours a retenu, outre que les marques litigieuses n'étaient pas similaires, qu'il n'y avait pas de facteur commun aux deux signes susceptibles de faire accroire qu'il existait un lien économique entre eux.

Conclusions des parties

16 La requérante conclut à ce qu'il plaise au Tribunal :

— annuler la décision attaquée ;

— condamner l'Office aux dépens.

17 Lors de l'audience, la requérante a également conclu à ce qu'il plaise au Tribunal de condamner l'intervenante aux dépens.

18 L'Office conclut à ce qu'il plaise au Tribunal :

- rejeter le recours ;

- condamner la requérante aux dépens.

19 L'intervenante conclut à ce qu'il plaise au Tribunal :

- rejeter le recours ;

- condamner la requérante aux dépens exposés aux fins de la procédure devant le Tribunal et à ceux exposés aux fins de la procédure devant la chambre de recours.

En droit

20 La requérante avance deux moyens, tirés, respectivement, de la violation de l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 40/94 et de l'article 8, paragraphe 5, dudit règlement.

Sur le premier moyen, tiré de la violation de l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 40/94

Arguments des parties

- 21 La requérante soutient que la chambre de recours a considéré à tort que les signes litigieux n'étaient pas similaires et avance à cet égard quatre arguments. Premièrement, la différence concernant la lettre initiale des signes en cause ne suffirait pas pour écarter toute similitude entre ces derniers, compte tenu du fait que quatre des cinq lettres qui les composent sont identiques et se trouvent dans la même position. Deuxièmement, la chambre de recours se serait concentrée sur la répétition de la lettre « v » dans les marques antérieures sans accorder la moindre importance à la répétition de la voyelle « o », pourtant présente dans les signes litigieux. Troisièmement, la chambre de recours se serait indûment fondée sur la typographie particulière de la marque demandée, sans prendre en considération le fait que les marques verbales antérieures sont également susceptibles d'être présentées sous une typographie similaire. Enfin, quatrièmement, la chambre de recours aurait accordé une importance excessive à l'élément figuratif de la marque demandée. La requérante considère par conséquent que la chambre de recours aurait dû procéder à une appréciation globale du risque de confusion.
- 22 L'Office fait valoir, tout d'abord, que les logiciels spécialisés dans les systèmes de gestion de stocks et de terminaux de conteneurs sont destinés aux professionnels, qui feront preuve d'un degré d'attention relativement élevé.
- 23 Il fait ensuite valoir, en substance, que les différences sur les plans visuel et phonétique justifient que les signes litigieux ne soient pas considérés comme similaires. Ainsi, en ce qui concerne la similitude visuelle des signes litigieux, l'Office fait observer que la première lettre des signes litigieux est différente et que la police de caractères de la marque demandée est particulière et joue un rôle important dans l'impression d'ensemble qu'elle produit. Il relève également que la marque demandée est dominée par une impression de dissymétrie, tandis que le signe verbal antérieur présente une symétrie en raison de la répétition du groupe de lettres « vo ». Par ailleurs, l'élément figuratif de la marque demandée constituerait un élément important de différenciation visuelle. En ce qui concerne la similitude sur le plan phonétique, l'Office fait valoir que

la différence concernant la première lettre des signes litigieux suffit pour que ceux-ci ne soient pas considérés comme similaires.

- 24 L'intervenante considère, en substance, que la chambre de recours a opéré une analyse exacte. Elle souligne notamment le phénomène selon lequel, lorsque une marque est très connue des consommateurs, ceux-ci sont, paradoxalement, davantage en mesure de la distinguer des autres marques en notant leurs divergences, ce qui a pour effet de réduire le risque de confusion. L'intervenante soutient par ailleurs que les marques litigieuses présentent des différences sur le plan conceptuel, du fait des significations différentes que les termes « solvo » et « volvo » sont susceptibles de suggérer en latin. Lors de l'audience, elle a insisté sur le fait que ces mots étaient issus du latin.

Appréciation du Tribunal

- 25 Aux termes de l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 40/94, sur opposition du titulaire d'une marque antérieure, la marque demandée est refusée à l'enregistrement lorsque, en raison de son identité ou de sa similitude avec une marque antérieure et en raison de l'identité ou de la similitude des produits ou des services que les deux marques désignent, il existe un risque de confusion dans l'esprit du public du territoire sur lequel la marque antérieure est protégée.
- 26 Selon une jurisprudence constante, constitue un risque de confusion le risque que le public puisse croire que les produits ou les services en cause proviennent de la même entreprise ou, le cas échéant, d'entreprises liées économiquement. Selon cette même jurisprudence, le risque de confusion doit être apprécié globalement, selon la perception que le public pertinent a des signes et des produits ou des services en cause, en tenant compte de tous les facteurs pertinents du cas d'espèce [arrêt du Tribunal du 9 juillet 2003, Laboratorios RTB/OHMI — Giorgio Beverly Hills (GIORGIO BEVERLY HILLS), T-162/01, Rec. p. II-2821, points 31 à 33, et la jurisprudence citée].

- 27 Cette appréciation globale tient compte, notamment, de la connaissance de la marque sur le marché, ainsi que du degré de similitude des marques et des produits ou des services désignés. À cet égard, elle implique une certaine interdépendance des facteurs pris en compte, de sorte qu'un faible degré de similitude entre les produits ou les services désignés peut être compensé par un degré élevé de similitude entre les marques, et inversement (arrêts de la Cour du 29 septembre 1998, Canon, C-39/97, Rec. p. I-5507, point 17, et du 22 juin 1999, Lloyd Schuhfabrik Meyer, C-342/97, Rec. p. I-3819, point 19).
- 28 En l'espèce, il convient de relever, tout d'abord, que la requérante invoque au soutien de son opposition sept marques antérieures, portant tant sur le signe verbal VOLVO que sur le signe figuratif visé au point 7 ci-dessus. Toutefois, elle ne conteste pas la démarche de la division d'opposition et de la chambre de recours consistant à examiner l'existence d'un risque de confusion en ne prenant en considération que la marque antérieure communautaire n° 2361087, portant sur le signe verbal VOLVO. Dans la mesure où ce signe verbal est celui qui se rapproche le plus de la marque demandée et où cet enregistrement vise, entre autres produits et services, les logiciels informatiques, et donc également les produits identiques à ceux qui sont désignés par la marque demandée, à savoir les programmes informatiques pour des systèmes de gestion de stocks et de terminal à conteneurs, il y a lieu de considérer que la seule prise en compte de cette marque antérieure n'était pas de nature à préjudicier aux intérêts de la requérante.
- 29 Il y a lieu de constater, ensuite, que l'identité des produits en cause n'est pas contestée. Seule la similitude des signes est discutée par les parties.
- 30 À cet égard, il convient de rappeler que, en ce qui concerne la similitude visuelle, phonétique ou conceptuelle des signes en conflit, l'appréciation globale du risque de confusion doit être fondée sur l'impression d'ensemble produite par ceux-ci, en tenant compte, notamment, de leurs éléments distinctifs et dominants [arrêts du Tribunal du 14 octobre 2003, Phillips-Van Heusen/OHMI — Pash Textilvertrieb und Einzelhandel (BASS), T-292/01, Rec. p. II-4335, point 47, et du 13 juin 2006, Inex/OHMI — Wiseman (Représentation d'une peau de vache), T-153/03, Rec. p. II-1677, point 26].

- 31 Il a par ailleurs été jugé que deux marques sont similaires lorsque, du point de vue du public pertinent, il existe entre elles une identité au moins partielle en ce qui concerne un ou plusieurs aspects visuel, phonétique et conceptuel [arrêts du Tribunal du 23 octobre 2002, Matratzen Concord/OHMI — Hukla Germany (MATRATZEN), T-6/01, Rec. p. II-4335, point 30, et du 20 avril 2005, Faber Chimica/OHMI — Nabersa (Faber), T-211/03, Rec. p. II-1297, point 26].
- 32 En l'espèce, sont en cause, d'une part, un signe figuratif se composant d'un élément verbal, « solvo », présenté avec une police de caractères stylisée, ainsi que d'un élément graphique situé à droite de l'élément verbal et, d'autre part, le signe verbal VOLVO.
- 33 En ce qui concerne la similitude visuelle, il convient de constater que l'élément verbal de la marque demandée domine à lui seul l'image de ce signe que le public pertinent garde en mémoire, de telle sorte que l'élément figuratif situé à droite de l'élément verbal n'est pas prépondérant dans l'impression globale produite par ce signe.
- 34 La chambre de recours a considéré, en substance, que la dissimilitude concernant la première lettre des signes litigieux ainsi que la police de caractères stylisée de la marque demandée donnaient lieu à des différences considérables faisant obstacle à toute similitude sur le plan visuel.
- 35 Il convient de relever, à cet égard, que c'est à bon droit que la chambre de recours a considéré que la police de caractères stylisée de la marque demandée constituait un élément hautement distinctif, qui éloigne considérablement cette marque de la marque verbale antérieure VOLVO. En effet, force est de constater que cette police de caractères influe dans une large mesure sur l'impression d'ensemble produite par la marque demandée, dans la mesure où elle caractérise son élément verbal dominant.

- 36 La différence importante produite par cette police de caractères particulière est, ainsi que l'a relevé à juste titre la chambre de recours, renforcée par la présence de l'élément figuratif de la marque demandée. La requérante ne saurait, à cet égard, soutenir que la chambre de recours a attaché une importance excessive à cet élément figuratif. Il ressort en effet de la décision attaquée que la conclusion de la chambre de recours quant à la dissimilitude sur le plan visuel des signes litigieux ne repose pas à titre principal sur la présence de cet élément figuratif, cette appréciation quant à cette dissimilitude étant en premier lieu, et ce à juste titre, fondée sur la police de caractères stylisée employée aux fins de la présentation de l'élément verbal de la marque demandée.
- 37 La requérante ne saurait, en outre, faire valoir que le signe verbal antérieur est susceptible d'être présenté avec une typographie comparable à celle de la marque demandée. Il importe, en effet, de souligner que l'examen de la similitude des marques litigieuses prend en considération ces marques dans leur ensemble, telles qu'elles sont enregistrées ou telles qu'elles sont demandées. Or, une marque verbale est une marque constituée exclusivement de lettres, de mots ou de groupes de mots, écrits en caractères d'imprimerie dans une police normale, sans élément figuratif spécifique. La protection qui découle de l'enregistrement d'une marque verbale porte sur le mot indiqué dans la demande d'enregistrement et non sur les aspects figuratifs ou stylistiques particuliers que cette marque pourrait éventuellement revêtir. Il n'y a donc pas lieu de prendre en compte, aux fins de l'examen de la similitude, la graphie que le signe verbal antérieur serait susceptible de présenter à l'avenir [voir, en ce sens, arrêts du Tribunal Faber, précité, points 36 et 37 ; du 13 février 2007, *Ontex/OHMI — Curon Medical (CURON)*, T-353/04, non publié au Recueil, point 74, et du 22 mai 2008, *Radio Regenbogen Hörfunk in Baden/OHMI (RadioCom)*, T-254/06, non publié au Recueil, point 43].
- 38 En ce qui concerne la similitude phonétique, la chambre de recours a considéré que les signes litigieux étaient différents en raison de la prononciation différente de leur première lettre, le « s » de l'élément « solvo » de la marque demandée étant une sifflante tandis que le « v » de la marque VOLVO est une fricative.
- 39 Force est toutefois de constater, ainsi que le fait valoir la requérante, que, si la différence entre la première lettre des signes litigieux introduit une dissimilitude phonétique, la prononciation du groupe de quatre lettres qui suivent, « olvo », reste strictement identique et maintient ainsi nécessairement un degré de similitude [voir, en ce sens,

arrêt du Tribunal du 23 octobre 2002, Institut für Lernsysteme/OHMI — ELS Educational Services (ELS), T-388/00, Rec. p. II-4301, points 69 à 73].

- 40 Bien qu'il soit exact, ainsi que la chambre de recours l'a relevé, que le début d'un signe revêt de l'importance dans l'impression globale que ce signe produit, l'existence d'une certaine similitude ne saurait, en l'espèce, être niée, compte tenu de la prononciation identique à laquelle donne lieu la très grande partie de chacun des signes litigieux, à savoir quatre de leurs cinq lettres.
- 41 La chambre de recours a par conséquent commis une erreur d'appréciation en n'admettant pas l'existence d'un certain degré de similitude phonétique entre les signes litigieux.
- 42 En ce qui concerne la similitude conceptuelle, la requérante admet l'analyse de la chambre de recours tendant à considérer que le consommateur ne possédera vraisemblablement pas suffisamment de connaissances pour distinguer les racines latines des signes litigieux. Seule l'intervenante fait valoir que les racines latines des marques en cause tendent à faire apparaître une dissimilitude sur le plan conceptuel.
- 43 Le Tribunal considère toutefois qu'il est peu vraisemblable que le consommateur en cause perçoive la signification que les marques litigieuses sont susceptibles de revêtir à la lumière de leurs racines latines, dans la mesure où il est généralement peu probable qu'une proportion significative des consommateurs procéderaient au rapprochement entre les termes visés par ces marques et le latin. Il y a donc lieu de juger que la similitude sur le plan conceptuel ne joue en l'espèce qu'un rôle très marginal dans l'appréciation de la similitude des signes litigieux.
- 44 Il résulte ainsi de ce qui précède que, si la chambre de recours a retenu à juste titre que la marque demandée SOLVO et le signe verbal antérieur VOLVO ne sont pas similaires

sur les plans visuel et conceptuel, elle a commis une erreur d'appréciation en excluant toute similitude sur le plan phonétique.

45 L'Office fait toutefois valoir que, en l'espèce, les produits en cause, à savoir les logiciels spécialisés dans les systèmes de gestion de stocks et de terminal à conteneurs, sont destinés à un public professionnel, dont il convient de prendre en compte le degré d'attention relativement élevé aux fins du contrôle de légalité de l'appréciation de la chambre de recours quant à la similitude des signes en conflit.

46 Le Tribunal observe toutefois que la chambre de recours n'a pas pris en considération le public visé aux fins d'apprécier la similitude des signes litigieux. Par son argument, l'Office tend donc, non à produire des éléments de nature à expliciter une motivation existant dans la décision en cause, mais à avancer un motif supplémentaire au soutien du bien-fondé de la conclusion de la chambre de recours dans la décision attaquée, motif qui ne figure pas dans cette dernière. Or, il convient de rappeler que la légalité d'un acte communautaire doit être appréciée en fonction des éléments de fait et de droit existant à la date où l'acte a été adopté [arrêts du Tribunal du 3 décembre 2003, Audi/OHMI (TDI), T-16/02, Rec. p. II-5167, point 63, et du 12 décembre 2002, eCopy/OHMI (ECOPY), T-247/01, Rec. p. II-5301, point 46].

47 À cet égard, il ne saurait être considéré, ainsi que l'Office l'a fait valoir durant l'audience, que la question de la définition du public pertinent constitue une condition juridique susceptible d'être examinée d'office, et pour la première fois, par le Tribunal. En effet, la définition du public pertinent repose sur des éléments de fait devant être appréciés en premier lieu par l'Office dans le respect de l'article 74, paragraphe 1, du règlement n° 40/94, et pouvant, le cas échéant, faire l'objet d'un contrôle de légalité de la part du juge communautaire à la lumière des arguments et des éléments de preuve avancés par les parties.

48 En outre, il convient de relever que si, aux termes de la jurisprudence, l'analyse de la similitude entre les signes en cause, qui constitue un élément essentiel de l'appréciation globale du risque de confusion, doit être opérée, à l'instar de cette dernière, par rapport

à la perception du public pertinent [arrêt du Tribunal du 22 juin 2004, Ruiz-Picasso e.a./OHMI — DaimlerChrysler (PICARO), T-185/02, Rec. p. II-1739, point 53; voir également arrêt du Tribunal du 13 février 2007, Mundipharma/OHMI — Altana Pharma (RESPICUR), T-256/04, Rec. p. II-449, point 58], cela ne vaut essentiellement que dans la mesure où les spécificités des consommateurs en cause sont susceptibles d'influer sur leur perception quant à la similitude des signes litigieux. Tel est ainsi notamment le cas en ce qui concerne la perception du degré de similitude sous les angles phonétique et conceptuel, qui est susceptible de varier selon la langue et le contexte culturel de ces consommateurs, voire selon leur niveau de connaissance de certains termes spécialisés, qui est parfois déterminé par leur qualité de public professionnel.

- 49 En revanche, pour autant qu'elle soit de nature à influer sur l'existence d'un risque de confusion, c'est-à-dire sur l'attribution des produits ou des services en cause à la même entreprise ou à des entreprises liées économiquement, la perception du public visé doit être prise en considération au stade de l'appréciation globale du risque de confusion. Tel est notamment le cas en ce qui concerne le degré d'attention plus élevé dont fait normalement preuve le public professionnel.
- 50 En l'espèce, l'existence d'un degré de similitude entre les signes litigieux en ce qui concerne l'un des aspects pertinents examinés, à savoir la similitude phonétique, s'oppose à ce qu'il puisse être considéré que l'une des conditions essentielles à l'application de l'article 8, paragraphe 1, sous b), fait défaut. Dans ces conditions, la chambre de recours est tenue de procéder à une appréciation globale du risque de confusion, aux fins de déterminer si, compte tenu du degré de similitude phonétique constaté entre les signes litigieux, de l'identité des produits visés et de la notoriété du signe antérieur, le public à qui sont destinés les produits en cause sera susceptible de croire que les produits en cause proviennent de la même entreprise ou d'entreprises liées économiquement.
- 51 L'intervenante fait toutefois valoir que, lorsqu'une marque est très connue des consommateurs, ceux-ci sont, paradoxalement, davantage en mesure de la distinguer des autres marques en notant leurs divergences, ce qui a pour effet de réduire le risque de confusion.

52 À cet égard, il convient de rappeler, tout d'abord, que, en principe, le risque de confusion est d'autant plus élevé que le caractère distinctif de la marque antérieure s'avère important (arrêt de la Cour du 11 novembre 1997, SABEL, C-251/95, Rec. p. I-6191, point 24; arrêt du Tribunal du 4 novembre 2003, Díaz/OHMI — Granjas Castelló (CASTILLO), T-85/02, Rec. p. II-4835, point 44). Cela étant, et sans qu'il doive être préjugé du bien-fondé de la proposition de l'intervenante dans le cas d'espèce, force est, en tout état de cause, de relever que cet argument devrait être pris en considération au stade de l'appréciation globale du risque de confusion et qu'il n'est pas de nature à infirmer la considération selon laquelle les marques litigieuses ne sont pas dénuées de toute similitude.

53 En l'espèce, dès lors que la chambre de recours s'est abstenue de procéder à une appréciation globale du risque de confusion, il y a lieu de considérer que celle-ci a violé l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 40/94. Il convient, par conséquent, d'accueillir le premier moyen et d'annuler la décision attaquée sur ce fondement.

Sur le second moyen, tiré de la violation de l'article 8, paragraphe 5, du règlement n° 40/94

Arguments des parties

54 La requérante fait valoir, pour les motifs exposés dans le cadre du premier moyen, que la chambre de recours a commis une erreur d'appréciation en considérant que les signes litigieux n'étaient pas suffisamment similaires. Elle ajoute que, même à considérer que les signes litigieux ne sont pas suffisamment similaires pour justifier l'application de l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 40/94, ils sont en tout état de cause suffisamment semblables aux fins de l'application de l'article 8, paragraphe 5, du règlement n° 40/94.

- 55 L'Office fait valoir que, quand bien même l'article 8, paragraphe 5, du règlement n° 40/94 exigerait un degré de similitude moindre des signes que ne le ferait l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 40/94, il est en tout état de cause impossible, en l'espèce, d'établir un lien entre les marques litigieuses, dans la mesure où elles sont différentes au sens de l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 40/94 et ne présentent, dès lors, pas la moindre similitude.
- 56 L'intervenante conteste le bien-fondé du second moyen et fait valoir que les marques litigieuses ne se situent pas sur le même marché. Elle ajoute qu'un lien entre les marques doit avoir une incidence sur le comportement économique du consommateur et qu'il ne suffit pas qu'un signe fasse penser à une marque antérieure.

Appréciation du Tribunal

- 57 L'article 8, paragraphe 5, du règlement n° 40/94 prévoit que, « [s]ur opposition du titulaire d'une marque antérieure au sens du paragraphe 2, la marque demandée est également refusée à l'enregistrement si elle est identique ou similaire à la marque antérieure et si elle est destinée à être enregistrée pour des produits ou des services qui ne sont pas similaires à ceux pour lesquels la marque antérieure est enregistrée, lorsque, dans le cas d'une marque communautaire antérieure, elle jouit d'une renommée dans la Communauté et, dans le cas d'une marque nationale antérieure, elle jouit d'une renommée dans l'État membre concerné et que l'usage sans juste motif de la marque demandée tirerait indûment profit du caractère distinctif ou de la renommée de la marque antérieure ou qu'il leur porterait préjudice ».
- 58 Il ressort de la jurisprudence de la Cour relative à l'interprétation de l'article 5, paragraphe 2, de la première directive 89/104/CEE du Conseil, du 21 décembre 1988, rapprochant les législations des États membres sur les marques (JO L 40, p. 1), dont le contenu normatif est, en substance, identique à celui de l'article 8, paragraphe 5, du règlement n° 40/94, que, pour satisfaire à la condition relative à la similitude, il n'est pas nécessaire de démontrer qu'il existe, dans l'esprit du public concerné, un risque de confusion entre la marque antérieure jouissant d'une renommée et la marque

demandée. Il suffit que le degré de similitude entre ces marques ait pour effet que le public concerné établisse un lien entre elles (arrêt de la Cour du 23 octobre 2003, Adidas-Salomon et Adidas Benelux, C-408/01, Rec. p. I-12537, point 31; voir également arrêt du Tribunal 16 avril 2008, Citigroup et Citibank/OHMI — Citi (CITI), T-181/05, Rec. p. II-669, point 64).

- 59 L'existence d'un tel lien doit être appréciée globalement, en tenant compte de tous les facteurs pertinents du cas d'espèce (arrêt Adidas-Salomon et Adidas Benelux, précité, point 30). À cet égard, la Cour a jugé que constituent notamment des facteurs pertinents le degré de similitude entre les marques en conflit, la nature et le degré de similitude des produits ou des services en cause, l'intensité de la renommée de la marque antérieure, le degré de caractère distinctif, intrinsèque ou acquis par l'usage, de la marque antérieure, ou encore l'existence d'un risque de confusion dans l'esprit du public (arrêt de la Cour du 27 novembre 2008, Intel Corporation, C-252/07, Rec. p. I-8823, point 42).
- 60 La chambre de recours a retenu qu'il n'existait pas entre les signes litigieux de degré de similitude suffisant pour que le public puisse établir un lien entre ceux-ci, de façon à ce que l'article 8, paragraphe 5, du règlement n° 40/94 puisse être mis en œuvre.
- 61 Cette conclusion découle toutefois, en partie, de l'appréciation qu'a opérée la chambre de recours quant à la similitude des signes en cause aux fins de l'application de l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 40/94. Or, il résulte de l'examen du premier moyen que la chambre de recours a commis une erreur d'appréciation en considérant que les signes litigieux étaient dénués de toute similitude, ceux-ci partageant un degré de similitude sur le plan phonétique.
- 62 Dans la mesure où cette erreur d'appréciation est susceptible d'influer sur l'appréciation de la question de savoir si, compte tenu du degré de similitude entre les signes en cause, le public pertinent est susceptible d'établir un lien entre eux, il y a lieu de constater que la chambre de recours a fait une application erronée de l'article 8, paragraphe 5, du règlement n° 40/94.

63 Il y a donc lieu d'accueillir le second moyen et d'annuler la décision attaquée sur ce fondement également.

Sur les dépens

64 Aux termes de l'article 87, paragraphe 2, du règlement de procédure du Tribunal, toute partie qui succombe est condamnée aux dépens s'il est conclu en ce sens. L'Office et l'intervenante ayant succombé, il y a lieu de les condamner aux dépens, conformément aux conclusions de la requérante.

Par ces motifs,

LE TRIBUNAL (sixième chambre)

déclare et arrête :

- 1) **La décision de la deuxième chambre de recours de l'Office de l'harmonisation dans le marché intérieur (marques, dessins et modèles) (OHMI), du 2 août 2007 (affaire R 1240/2006-2), relative à une procédure d'opposition entre Volvo Trademark Holding AB et M^{me} Elena Grebenshikova, est annulée.**

- 2) **L'Office de l'harmonisation dans le marché intérieur (marques, dessins et modèles) (OHMI) est condamné à supporter ses propres dépens ainsi que la moitié de ceux exposés par Volvo Trademark Holding.**

- 3) M^{me} Grebenshikova est condamnée à supporter ses propres dépens ainsi que la moitié de ceux exposés par Volvo Trademark Holding.**

Meij

Vadapalas

Tchipev

Ainsi prononcé en audience publique à Luxembourg, le 2 décembre 2009.

Signatures