

Affaire T-30/09

Engelhorn KGaA

contre

**Office de l'harmonisation dans le marché intérieur
(marques, dessins et modèles) (OHMI)**

« Marque communautaire — Procédure d'opposition — Demande de marque communautaire verbale peerstorm — Marques communautaire et nationale verbales antérieures PETER STORM — Motif relatif de refus — Risque de confusion — Article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement (CE) n° 40/94 [devenu article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement (CE) n° 207/2009] — Usage sérieux des marques antérieures — Article 15 et article 43, paragraphe 2, du règlement n° 40/94 (devenus article 15 et article 42, paragraphe 2, du règlement n° 207/2009) »

Arrêt du Tribunal (huitième chambre) du 8 juillet 2010 II - 3808

Sommaire de l'arrêt

1. *Marque communautaire — Procédure de recours — Recours devant le juge communautaire — Requête introductive d'instance — Exigences de forme*
[Statut de la Cour de justice, art. 21; règlement de procédure du Tribunal, art. 44, § 1, c)]

2. *Marque communautaire — Observations des tiers et opposition — Examen de l'opposition — Preuve de l'usage de la marque antérieure — Usage sérieux — Notion — Interprétation compte tenu de la ratio legis de l'article 43, paragraphes 2 et 3, du règlement n° 40/94 (Règlement du Conseil n° 40/94, art. 43, § 2 et 3)*
3. *Marque communautaire — Observations des tiers et opposition — Examen de l'opposition — Preuve de l'usage de la marque antérieure — Usage sérieux — Notion — Critères d'appréciation (Règlement du Conseil n° 40/94, art. 43, § 2 et 3)*
4. *Marque communautaire — Observations des tiers et opposition — Examen de l'opposition — Preuve de l'usage de la marque antérieure — Usage sérieux — Application des critères au cas concret (Règlement du Conseil n° 40/94, art. 43, § 2 et 3)*
5. *Marque communautaire — Observations des tiers et opposition — Examen de l'opposition — Preuve de l'usage de la marque antérieure — Usage sérieux — Critères d'appréciation — Exigence d'éléments de preuve concrets et objectifs (Règlement du Conseil n° 40/94, art. 15, § 2, a), et 43, § 2 et 3)*
6. *Marque communautaire — Définition et acquisition de la marque communautaire — Motifs relatifs de refus — Opposition par le titulaire d'une marque antérieure identique ou similaire enregistrée pour des produits ou services identiques ou similaires — Risque de confusion avec la marque antérieure [Règlement du Conseil n° 40/94, art. 8, § 1, b)]*

1. En vertu de l'article 21 du statut de la Cour de justice et de l'article 44, paragraphe 1, sous c), du règlement de procédure du Tribunal, la requête doit contenir un exposé sommaire des moyens invoqués. Si le corps de la requête peut être étayé et complété, sur des points spécifiques, par

des renvois à des extraits de pièces qui y sont annexées, un renvoi global à d'autres écrits ne saurait pallier l'absence des éléments essentiels de l'argumentation en droit, qui, en vertu des dispositions rappelées ci-dessus, doivent figurer dans la requête elle-même.

Il n'incombe pas au Tribunal de se substituer aux parties en essayant de rechercher les éléments pertinents dans les documents auxquels elles se réfèrent.

(cf. points 18-19)

2. La ratio legis de l'exigence selon laquelle la marque antérieure doit avoir fait l'objet d'un usage sérieux, au sens de l'article 43, paragraphes 2 et 3, du règlement n° 40/94 sur la marque communautaire, pour être opposable à une demande de marque communautaire consiste à limiter les conflits entre deux marques, pour autant qu'il n'existe pas de juste motif économique découlant d'une fonction effective de la marque sur le marché. En revanche, lesdites dispositions ne visent ni à évaluer la réussite commerciale ni à contrôler la stratégie économique d'une entreprise ou encore à réserver la protection des marques à leurs seules exploitations commerciales quantitativement importantes.

(cf. point 23)

3. Une marque fait l'objet d'un usage sérieux lorsqu'elle est utilisée, conformément à

sa fonction essentielle qui est de garantir l'identité d'origine des produits ou des services pour lesquels elle a été enregistrée, aux fins de créer ou de conserver un débouché pour ces produits et services, à l'exclusion d'usages de caractère symbolique ayant pour seul objet le maintien des droits conférés par la marque. De plus, la condition relative à l'usage sérieux de la marque exige que celle-ci, telle qu'elle est protégée sur le territoire pertinent, soit utilisée publiquement et vers l'extérieur.

L'appréciation du caractère sérieux de l'usage de la marque, au sens de l'article 43, paragraphes 2 et 3, du règlement n° 40/94 sur la marque communautaire, doit reposer sur l'ensemble des faits et des circonstances propres à établir la réalité de l'exploitation commerciale de celle-ci, en particulier les usages considérés comme justifiés dans le secteur économique concerné pour maintenir ou créer des parts de marché au profit des produits ou des services protégés par la marque, la nature de ces produits ou de ces services, les caractéristiques du marché, l'étendue et la fréquence de l'usage de la marque.

Quant à l'importance de l'usage qui a été fait de la marque antérieure, il convient de tenir compte, notamment, du volume commercial de l'ensemble des actes d'usage, d'une part, et de la durée de la période pendant laquelle des actes

d'usage ont été accomplis ainsi que de la fréquence de ces actes, d'autre part.

nécessaire que l'usage de la marque antérieure soit toujours quantitativement important pour être qualifié de sérieux.

(cf. points 24-26)

(cf. points 27-28)

4. Pour examiner, dans un cas d'espèce, le caractère sérieux de l'usage d'une marque antérieure, il convient de procéder à une appréciation globale en tenant compte de tous les facteurs pertinents du cas d'espèce. Cette appréciation implique une certaine interdépendance entre les facteurs pris en compte. Ainsi, un faible volume de produits commercialisés sous ladite marque peut être compensé par une forte intensité ou une grande constance dans le temps de l'usage de cette marque et inversement.
5. L'usage sérieux d'une marque, au sens de l'article 43, paragraphes 2 et 3, du règlement n° 40/94 sur la marque communautaire, ne peut pas être démontré par des probabilités ou des présomptions, mais doit reposer sur des éléments concrets et objectifs qui prouvent une utilisation effective et suffisante de la marque sur le marché concerné. En outre, en vertu des dispositions combinées de l'article 15, paragraphe 2, sous a), et de l'article 43, paragraphes 2 et 3, dudit règlement, la preuve de l'usage sérieux d'une marque antérieure, nationale ou communautaire, qui fonde une opposition à l'encontre d'une demande de marque communautaire, comprend également la preuve de l'utilisation de la marque antérieure sous une forme qui diffère par des éléments n'altérant pas le caractère distinctif de cette marque dans la forme sous laquelle elle a été enregistrée.

En outre, le chiffre d'affaires réalisé ainsi que la quantité de ventes de produits sous la marque antérieure ne sauraient être appréciés dans l'absolu, mais doivent l'être en rapport avec d'autres facteurs pertinents, tels que le volume de l'activité commerciale, les capacités de production ou de commercialisation ou le degré de diversification de l'entreprise exploitant la marque ainsi que les caractéristiques des produits ou des services sur le marché concerné. De ce fait, il n'est pas

(cf. points 29-30)

6. Existe, pour le consommateur moyen de l'Union européenne, un risque de confusion, au sens de l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 40/94 sur la marque communautaire, entre le signe verbal peerstorm, dont l'enregistrement en tant que marque communautaire est demandé pour les « chaussures, vêtements, chapellerie » relevant de la classe 25 au sens de l'arrangement de Nice, et la marque verbale PETER STORM enregistrée antérieurement en tant que marque communautaire pour des produits identiques.

Il existe un certain degré de similitudes visuelle et phonétique entre les marques en cause. S'agissant des articles d'habillement concernés, la similitude visuelle revêt une importance particulière en l'occurrence dès lors qu'il est reconnu que, en général, l'achat de vêtements implique l'examen visuel des marques.

Il n'a pas été démontré que la marque antérieure, utilisée dans son ensemble dans le secteur de l'habillement, possède un faible degré de caractère distinctif intrinsèque sur le territoire de l'Union.

À supposer même que la marque antérieure ne possède qu'un caractère distinctif faible, vu l'identité des produits visés par la marque antérieure et la marque demandée ainsi que les éléments de similitude entre les signes en cause notamment sur le plan visuel, un risque de confusion entre les marques en conflit ne peut être exclu pour le public pertinent. Tel est d'autant plus le cas qu'il existe également un certain degré de similitude conceptuelle entre les marques en cause.

(cf. points 50-51, 75, 78-80)