

ARRÊT DU TRIBUNAL (sixième chambre)

15 septembre 2011 \*

Dans l'affaire T-434/09,

**Centrotherm Systemtechnik GmbH**, établie à Brilon (Allemagne), représentée par M<sup>es</sup> J. Albrecht et U. Vormbrock, avocats,

partie requérante,

contre

**Office de l'harmonisation dans le marché intérieur (marques, dessins et modèles) (OHMI)**, représenté par M. G. Schneider et M<sup>me</sup> R. Manea, en qualité d'agents,

partie défenderesse,

\* Langue de procédure : l'allemand.

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

**centrotherm Clean Solutions GmbH & Co. KG**, établie à Blaubeuren (Allemagne), représentée par M<sup>e</sup> O. Löffel, avocat,

ayant pour objet un recours formé contre la décision de la quatrième chambre de recours de l'OHMI du 25 août 2009 (affaire R 6/2008-4), relative à une procédure de déchéance entre centrotherm Clean Solutions GmbH & Co. KG et Centrotherm Systemtechnik GmbH,

LE TRIBUNAL (sixième chambre),

composé de MM. E. Moavero Milanesi, président, N. Wahl (rapporteur) et S. Soldevila Fragoso, juges,

greffier : M<sup>me</sup> T. Weiler, administrateur,

vu la requête déposée au greffe du Tribunal le 26 octobre 2009,

vu le mémoire en réponse de l'OHMI déposé au greffe du Tribunal le 15 février 2010,

vu le mémoire en réponse de l'intervenante déposé au greffe du Tribunal le 2 février 2010,

vu les demandes des parties de la tenue d'une audience,

vu l'ordonnance du 30 mars 2011 portant jonction des affaires T-427/09 et T-434/09 aux fins de la procédure orale,

à la suite de l'audience du 5 mai 2011,

rend le présent

## **Arrêt**

### **Antécédents du litige**

- 1 Le 7 septembre 1999, la requérante, Centrotherm Systemtechnik GmbH, a présenté une demande d'enregistrement de marque communautaire à l'Office de l'harmonisation dans le marché intérieur (marques, dessins et modèles) (OHMI), en vertu du règlement (CE) n° 40/94 du Conseil, du 20 décembre 1993, sur la marque communautaire (JO 1994, L 1, 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 marque dont l'enregistrement a été demandé est le signe verbal CENTROTHERM.

- 3 Les produits et les services pour lesquels l'enregistrement a été demandé relèvent des classes 11, 17, 19 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, et correspondent, pour chacune de ces classes, à la description suivante :
- classe 11 : « Conduites d'échappement pour le chauffage, carreaux de cheminées, tuyaux de chaudières de chauffage ; appliques pour becs de gaz ; pièces mécaniques d'installations de chauffage, de climatisation, de production de vapeur, de séchage et de ventilation ; appareils de filtrage de l'air et leurs pièces ; pièces mécaniques d'installations à gaz ; robinets pour tuyauteries ; tiroirs de cheminées » ;
  
  - classe 17 : « Raccords pour tuyaux, manchons pour tuyaux, armatures pour conduites, tuyaux, les articles précités non métalliques ; joints, matières à jointoyer ; matières à calfeutrer, à étouper et à isoler ; matières plastiques partiellement ouvrées ; articles en matières plastiques compris en classe 17 » ;
  
  - classe 19 : « Matériaux de construction ; tuyaux, canalisations, en particulier pour la construction ; canalisations d'eau, tuyaux de dérivation ; armatures pour la construction ; pièces de recouvrement pour murs, panneaux de construction, panneaux ; rallonges pour cheminées, tuyaux de cheminées, capuchons de cheminées, mitres de cheminées, manteaux de cheminées, les articles précités non métalliques » ;
  
  - classe 42 : « Conseils de construction, planification de la construction, services d'un ingénieur, planification technique de projets ; travaux d'ingénieurs (expertises) ».

- 4 La marque CENTROTHERM a été enregistrée pour les produits et les services visés au point 3 ci-dessus, le 19 janvier 2001, en tant que marque communautaire.
  
- 5 Le 7 février 2007, l'intervenante, centrotherm Clean Solutions GmbH & Co. KG, a déposé auprès de l'OHMI, en vertu de l'article 15 et de l'article 50, paragraphe 1, sous a), du règlement n° 40/94 [devenus article 15 et article 51, paragraphe 1, sous a), du règlement n° 207/2009], une demande en déchéance de la marque CENTROTHERM pour tous les produits et les services enregistrés.
  
- 6 La demande en déchéance a été notifiée le 15 février 2007 à la requérante, qui a été invitée à présenter d'éventuelles observations et preuves de l'usage sérieux de la marque litigieuse dans un délai de trois mois.
  
- 7 Dans ses observations du 11 mai 2007, la requérante a contesté la demande en déchéance et a, afin de démontrer l'usage sérieux de sa marque, produit les éléments suivants :

— quatorze photographies numériques ;

— quatre factures ;

— une déclaration intitulée « eidesstattliche Versicherung » (déclaration sur l'honneur), établie par M. W., en sa qualité de gérant de la requérante.

- 8 La requérante a déclaré être en possession de nombreuses autres copies de factures qu'elle renonçait à présenter, dans un premier temps, pour des raisons de confidentialité. Affirmant pouvoir produire d'autres documents, elle a prié la division d'annulation de l'OHMI de prendre une mesure procédurale en conséquence, au cas où elle souhaiterait que d'autres preuves et documents individuels soient versés au dossier.
  
- 9 Le 30 octobre 2007, la division d'annulation a prononcé la déchéance de la marque CENTROTHERM en constatant que les éléments de preuve fournis pas la requérante n'étaient pas suffisants pour démontrer l'usage sérieux de ladite marque.
  
- 10 Le 14 décembre 2007, la requérante a formé un recours contre cette décision, auquel la quatrième chambre de recours de l'OHMI a partiellement fait droit par décision du 25 août 2009 (ci-après la « décision attaquée »). La requérante a notamment fait valoir que la division d'annulation aurait dû lui demander d'autres documents d'information. Elle a également reproché à la division d'annulation de ne pas avoir tenu compte des éléments figurant dans le dossier d'une autre affaire également pendante devant l'OHMI concernant la marque CENTROTHERM.
  
- 11 La chambre de recours a annulé la décision de la division d'annulation et rejeté la demande en déchéance pour les produits « conduites d'échappement pour le chauffage, carneaux de cheminées, tuyaux de chaudières de chauffage ; appliques pour becs de gaz ; pièces mécaniques d'installations de chauffage ; pièces mécaniques d'installations à gaz ; robinets pour tuyauteries ; tiroirs de cheminées », relevant de la classe 11, « raccords pour tuyaux, manchons pour tuyaux, armatures pour conduites, tuyaux, les articles précités non métalliques », relevant de la classe 17, et « tuyaux, canalisations, en particulier pour la construction ; tuyaux de dérivation ; tuyaux de cheminées », relevant de la classe 19. La chambre de recours a rejeté le recours pour le surplus.

- 12 En particulier, la chambre de recours a considéré que la preuve de l'usage sérieux de la marque CENTROTHERM, s'agissant de la période de cinq ans précédant la présentation de la demande en déchéance, à savoir le 7 février 2007 (ci-après la « période pertinente »), pour les produits mentionnés au point 11 ci-dessus avait été apportée, dès lors que les photographies fournies par la requérante démontraient la nature de l'usage de la marque et que les factures produites attestaient que les produits mentionnés avaient été commercialisés sous la marque litigieuse.
- 13 Cependant, la chambre de recours a considéré que la requérante avait uniquement apporté la déclaration de son gérant à titre de preuve concernant les autres produits et services pour lesquels la marque CENTROTHERM avait été enregistrée (voir point 3 ci-dessus), ce qui ne suffirait pas, d'après la chambre de recours, pour démontrer l'usage sérieux de la marque. À cet égard, la chambre de recours a fait observer que la division d'annulation n'était tenue ni de demander d'autres documents ni de prendre en considération le dossier d'une autre affaire également pendante devant l'OHMI.

### **Conclusions des parties**

- 14 La requérante conclut à ce qu'il plaise au Tribunal :
- annuler la décision attaquée dans la mesure où elle a fait droit à la demande en déchéance de la marque CENTROTHERM ;

— condamner l'OHMI et l'intervenante aux dépens.

15 L'OHMI conclut à ce qu'il plaise au Tribunal :

— rejeter le recours ;

— condamner la requérante aux dépens.

16 L'intervenante conclut à ce qu'il plaise au Tribunal de rejeter le recours.

## **En droit**

17 À l'appui de son recours, la requérante soulève trois moyens d'annulation ainsi qu'une exception d'illégalité. Les moyens sont tirés, respectivement, d'une appréciation erronée des preuves de l'usage produites devant la division d'annulation de l'OHMI, de la violation de l'obligation d'examiner d'office les faits, conformément à l'article 76, paragraphe 1, du règlement n° 207/2009, et de l'absence de prise en compte des preuves produites devant la chambre de recours. L'exception d'illégalité est invoquée à titre subsidiaire à l'encontre de la règle 40, paragraphe 5, du règlement (CE) n° 2868/95 de la Commission, du 13 décembre 1995, portant modalités d'application du règlement n° 40/94 (JO L 303, p. 1), tel que modifié.

*Sur le premier moyen, tiré d'une appréciation erronée des preuves de l'usage produites devant la division d'annulation*

Arguments des parties

- 18 La requérante soutient que les pièces produites devant la division d'annulation (voir point 7 ci-dessus) démontreraient à suffisance de droit un usage sérieux de la marque CENTROTHERM, dès lors qu'elles comprenaient des informations sur le lieu, la durée, l'étendue et la nature de l'usage de la marque litigieuse pour tous les produits et les services cités au point 3 ci-dessus.
- 19 En particulier, elle reproche à la chambre de recours d'avoir méconnu la valeur probante de la déclaration sur l'honneur de son gérant. À cet égard, elle affirme qu'il convient de considérer que ladite déclaration est exacte dans son ensemble, dès lors qu'une partie largement prépondérante des éléments contenus dans celle-ci sont corroborés par des preuves complémentaires figurant dans le dossier.
- 20 L'OHMI et l'intervenante concluent au rejet de ce moyen.

Appréciation du Tribunal

- 21 À titre liminaire, il convient de rappeler la procédure et l'objectif suivis par la sanction de déchéance ainsi que les principes encadrant l'administration des preuves dans une procédure de déchéance.

- 22 Il ressort de l'article 15, paragraphe 1, premier alinéa, et de l'article 51, paragraphe 1, sous a), du règlement n° 207/2009 que le titulaire d'une marque communautaire est déclaré déchu de ses droits, sur demande présentée auprès de l'OHMI, si, pendant une période ininterrompue de cinq ans, la marque n'a pas fait l'objet d'un usage sérieux dans l'Union européenne pour les produits ou les services pour lesquels elle est enregistrée et qu'il n'existe pas de juste motif pour son non-usage.
- 23 La règle 40, paragraphe 5, du règlement n° 2868/95 dispose que l'OHMI, dans le cas d'une demande en déchéance, impartit au titulaire de la marque communautaire un délai dans lequel celui-ci apporte la preuve de l'usage de la marque. Si la preuve n'est pas apportée dans le délai imparti, la déchéance de la marque communautaire est prononcée. Au titre de la règle 22, paragraphe 3, du règlement n° 2868/95, qui est applicable aux demandes en déchéance en vertu de la règle 40, paragraphe 5, du même règlement, la preuve de l'usage de la marque doit porter sur le lieu, la durée, l'importance et la nature de l'usage qui en a été fait.
- 24 La ratio legis de l'exigence selon laquelle une marque doit avoir fait l'objet d'un usage sérieux pour être protégée au titre du droit de l'Union réside dans le fait que le registre de l'OHMI ne saurait être assimilé à un dépôt stratégique et statique conférant à un détenteur inactif un monopole légal d'une durée indéterminée. Au contraire, et conformément au considérant 10 du règlement n° 207/2009, ledit registre devrait refléter fidèlement les indications que les entreprises utilisent effectivement sur le marché pour distinguer leurs produits et services dans la vie économique (voir, en ce sens et par analogie, ordonnance de la Cour du 27 janvier 2004, *La Mer Technology*, C-259/02, Rec. p. I-1159, points 18 à 22).
- 25 Selon la jurisprudence, 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 dans le territoire pertinent, soit utilisée publiquement et

vers l'extérieur [voir arrêt du Tribunal du 27 septembre 2007, *La Mer Technology/OHMI — Laboratoires Goëmar (LA MER)*, T-418/03, non publié au Recueil, point 54, et la jurisprudence citée].

- 26 Bien que la notion d'usage sérieux s'oppose donc à tout usage minimal et insuffisant pour considérer qu'une marque est réellement et effectivement utilisée sur un marché déterminé, il n'en reste pas moins que l'exigence d'un usage sérieux ne vise 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 [arrêt du Tribunal du 23 février 2006, *Il Ponte Finanziaria/OHMI — Marine Enterprise Projects (BAINBRIDGE)*, T-194/03, Rec. p. II-445, point 32].
- 27 Plus précisément, pour examiner, dans un cas d'espèce, le caractère sérieux de l'usage de la marque en cause, il convient de réaliser une appréciation globale des éléments versés au dossier, en tenant compte de tous les facteurs pertinents du cas d'espèce. Une telle appréciation 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 (voir arrêt *LA MER*, précité, points 53 à 55, et la jurisprudence citée).
- 28 Quant à l'importance de l'usage qui a été fait de la marque en cause, 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 la fréquence de ces actes, d'autre part (voir arrêt *LA MER*, précité, point 56, et la jurisprudence citée). Cette appréciation implique une certaine interdépendance des facteurs pris en compte. Ainsi, un faible volume de produits

ou de services commercialisés sous ladite marque peut être compensé par une forte intensité ou une certaine constance dans le temps de l'usage de cette marque et inversement (voir arrêt LA MER, précité, point 57, et la jurisprudence citée).

- 29 Toutefois, plus le volume commercial de l'exploitation de la marque est limité, plus il est nécessaire que le détenteur de la marque apporte des indications supplémentaires permettant d'écartier d'éventuels doutes quant au caractère sérieux de l'usage de la marque concernée [arrêt du Tribunal du 18 janvier 2011, Advance Magazine Publishers/OHMI — Capela & Irmãos (VOGUE), T-382/08, non publié au Recueil, point 31].
- 30 En outre, l'usage sérieux d'une marque ne peut 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 (voir arrêt LA MER, précité, point 59, et la jurisprudence citée).
- 31 C'est à la lumière de ces considérations qu'il convient d'apprécier si c'est à juste titre que la chambre de recours a estimé que les éléments de preuve apportés par la requérante ne démontraient pas un usage sérieux de la marque CENTROTHERM pour les autres produits et services que ceux cités au point 11 ci-dessus.
- 32 Il y a lieu de rappeler que les éléments de preuve fournis par la requérante à la division d'annulation pour démontrer l'usage sérieux de sa marque sont la déclaration sur l'honneur de son gérant, quatre factures et quatorze photographies numériques.

- 33 À titre liminaire, il importe de relever qu'il est de jurisprudence constante que, pour apprécier la valeur probante de « déclarations écrites faites sous serment ou solennellement ou qui ont un effet équivalent d'après la législation de l'État dans lequel elles sont faites » au sens de l'article 78, paragraphe 1, sous f), du règlement n° 207/2009, il y a lieu de vérifier la vraisemblance et la véracité de l'information qui y est contenue en tenant compte, notamment, de l'origine du document, des circonstances de son élaboration, de son destinataire et de se demander si, d'après son contenu, ledit document semble sensé et fiable [voir, en ce sens, arrêts du Tribunal du 16 décembre 2008, Deichmann-Schuhe/OHMI — Design for Woman (DEITECH), T-86/07, non publié au Recueil, point 47, et du 13 mai 2009, Schuhpark Fascies/OHMI — Leder & Schuh (jello SCHUHPARK), T-183/08, non publié au Recueil, point 38].
- 34 Il convient dès lors de considérer que, compte tenu des liens flagrants qui unissent l'auteur de la déclaration et la requérante, une valeur probante ne saurait être attribuée à ladite déclaration que si elle est corroborée par le contenu des quatorze photographies et des quatre factures présentées.
- 35 S'agissant des factures, il y a lieu de constater que trois d'entre elles datent de juillet 2006 et concernent le Danemark, la Hongrie et la Slovaquie, et que l'une d'entre elles date de janvier 2007 et concerne l'Allemagne. Le mot « centrotherm » apparaît dans l'en-tête desdites factures et est accompagné du logo de la requérante faisant fonction de nom de cette entreprise ainsi que de son adresse postale.
- 36 Ces factures font état de ce que de multiples produits ayant trait à la plomberie (tuyaux, manchons, ensembles pour raccordement de chaudière, coudes de révision, caches pour systèmes d'échappement) ont été vendus par la requérante à quatre clients pour une somme qui correspond, en incluant la facture de 2007, à moins de 0,03 % du chiffre d'affaires que le gérant de la requérante a déclaré avoir réalisé en 2006 avec la vente de produits sous la marque CENTROTHERM.

37 Il s'ensuit que, devant l'OHMI, la requérante a apporté des preuves de vente relativement faibles par rapport à la somme indiquée dans la déclaration de son gérant. Partant, même dans l'hypothèse où la chambre de recours aurait pris en compte ladite déclaration, il conviendrait de constater qu'il n'y a pas suffisamment d'éléments dans le dossier étayant le contenu de celle-ci en ce qui concerne la valeur des ventes. De plus, s'agissant de l'aspect temporel de l'usage de la marque, lesdites factures portent sur une période très brève, voire ponctuelle, à savoir les 12, 18 et 21 juillet 2006 et le 9 janvier 2007.

38 Quant aux photographies déposées, force est de constater que c'est uniquement sur sept des quatorze photographies que la marque CENTROTHERM est clairement visible, à savoir :

— en tant qu'impression sur deux tuyaux ;

— en tant qu'impression sur deux objets qui semblent être des parties de tuyaux ;

— en tant qu'autocollant apposé sur un objet qui semble être une palette et sur deux cartons.

39 Sur quatre autres photographies, il n'est nullement possible de distinguer la trace de la marque litigieuse.

40 Sur les trois dernières photographies, il est possible de discerner des traces de la marque CENTROTHERM, à savoir :

— les lettres « centroth » sur l'embouchure d'un tuyau ;

— le logo de la société de la requérante ainsi qu'un texte illisible à proximité de ce logo, correspondant probablement au texte de l'en-tête des factures déposées, sur un tuyau et sur un objet qui semble être l'embouchure d'un tuyau.

41 Il convient également de constater qu'aucune de ces photographies n'est datée et que, au cours de l'audience, la requérante a admis qu'elles n'ont pas été prises au cours de la période pertinente.

42 En outre, lesdites photographies ne permettent pas d'identifier les produits qui sont emballés sur la palette et dans les deux cartons portant les autocollants CENTROTHERM. Si deux de ces autocollants portent une indication relative à la plomberie, ni les photographies ni les factures n'apportent d'éléments permettant de déduire ce que contenaient effectivement ces emballages.

43 De plus, les numéros d'articles qui sont identifiables sur les autocollants ne correspondent pas aux numéros d'articles repris sur les factures fournies par la requérante. Il s'ensuit qu'il n'est pas possible de conclure, sur la base desdites photographies et factures, que les emballages sur lesquels ont été apposés les autocollants portant la marque CENTROTHERM ont effectivement été distribués par la requérante pendant la période pertinente.

44 Il découle de ce qui précède que ni les photographies ni les factures ne permettent de corroborer la déclaration du gérant de la requérante, dans la mesure où celui-ci

affirme que les produits suivants ont été commercialisés sous la marque CENTROTHERM pendant la période pertinente : pièces mécaniques d'installations de climatisation, de production de vapeur, de séchage et de ventilation ; appareils de filtrage de l'air et leurs pièces ; joints, matières à jointoyer ; matières à calfeutrer, à étouper et à isoler ; matières plastiques partiellement ouvrées ; matériaux de construction, armatures pour la construction ; pièces de recouvrement pour murs, panneaux de construction, panneaux ; rallonges pour cheminées, capuchons de cheminées, mitres de cheminées et manteaux de cheminées.

45 Force est de conclure qu'une appréciation globale des éléments figurant dans le dossier ne permet pas de déduire, à moins de recourir à des probabilités ou à des présomptions, que la marque CENTROTHERM a fait l'objet d'un usage sérieux au cours de la période pertinente pour les produits et services autres que ceux mentionnés au point 11 ci-dessus.

46 Le premier moyen doit donc être rejeté.

*Sur le deuxième moyen, tiré de la violation de l'obligation d'examiner d'office les faits*

#### Arguments des parties

47 La requérante estime que l'OHMI a commis une erreur de droit en contrevenant à l'obligation d'examiner d'office les faits. D'après elle, la division d'annulation a violé

l'article 76, paragraphe 1, première phrase, du règlement n° 207/2009 en ce qu'elle a négligé de prendre en compte des éléments contenus dans le dossier de l'OHMI concernant la demande en nullité de la marque CENTROTHERM, déposée le 5 décembre 2006 par une société liée à l'intervenante.

- 48 Le dossier de l'OHMI relatif à la procédure d'annulation contenait des éléments pertinents pour l'examen de l'usage sérieux de la marque CENTROTHERM, notamment l'affirmation de sa présence sur le marché de la production de système d'échappement en matière plastique pour les chaudières à condensation, des données chiffrées sur la vente des produits de la requérante entre 1994 et 2001 ainsi que des renvois à son site Internet.
- 49 D'après la requérante, eu égard auxdits éléments, il peut être conclu qu'« il est très vraisemblable » qu'elle a commercialisé une large gamme de produits pendant la période pertinente sous la marque CENTROTHERM.
- 50 L'OHMI et l'intervenante réfutent les arguments de la requérante.

### Appréciation du Tribunal

- 51 À titre liminaire, il convient de rappeler le libellé de l'article 76, paragraphe 1, du règlement n° 207/2009 selon lequel, « [a]u cours de la procédure, l'Office procède à l'examen d'office des faits ; toutefois, dans une procédure concernant des motifs relatifs de refus d'enregistrement, l'examen est limité aux moyens invoqués et aux demandes présentées par les parties ».

- 52 En l'espèce, il importe de relever que les motifs justifiant la déclaration de déchéance sont, à l'instar des motifs justifiant le refus d'enregistrement, tant de nature absolue que de nature relative.
- 53 En effet, aux termes de l'article 51, paragraphe 1, du règlement n° 207/2009, le titulaire de la marque communautaire est déclaré déchu de ses droits s'il n'y a pas eu d'usage sérieux de la marque pendant cinq ans [article 51, paragraphe 1, sous a), du règlement n° 207/2009], si la marque est devenue, par le fait de l'activité ou de l'inactivité de son titulaire, la désignation usuelle dans le commerce d'un produit ou d'un service pour lequel elle est enregistrée [article 51, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 207/2009] ou si la marque, par suite de l'usage qui en est fait par son titulaire ou avec son consentement, est propre à induire le public en erreur [article 51, paragraphe 1, sous c), du règlement n° 207/2009].
- 54 Si les deux dernières conditions ont trait à des motifs absolus de refus, tel qu'il ressort de l'article 7, paragraphe 1, sous b) à d) et g), du règlement n° 207/2009, la première a trait à une disposition relevant de l'examen des motifs relatifs de refus, à savoir l'article 42, paragraphe 2, du règlement n° 207/2009. Par conséquent, il y a lieu de conclure que l'examen de l'OHMI portant sur la question de l'usage sérieux de la marque communautaire dans le cadre d'une procédure de déchéance est soumis à l'application de l'article 76, paragraphe 1, in fine, du règlement n° 207/2009, qui prévoit que cet examen est limité aux faits invoqués par les parties.
- 55 Il s'ensuit que la prémisse de la requérante, selon laquelle c'est à tort que l'OHMI a limité son examen aux éléments de preuve qu'elle a fournis, est erronée.
- 56 Il convient donc de rejeter le deuxième moyen.

*Sur le troisième moyen, tiré de l'absence de prise en compte des preuves produites devant la chambre de recours*

Arguments des parties

57 La requérante fait valoir que l'OHMI aurait dû prendre en compte les preuves de l'usage de la marque litigieuse qu'elle avait produites pour la première fois devant la chambre de recours.

58 À cet égard, elle prétend, à titre principal, qu'il y a lieu d'interpréter l'article 51, paragraphe 1, sous a), et l'article 76, paragraphe 1, première phrase, du règlement n° 207/2009, et la règle 40, paragraphe 5, du règlement n° 2868/95, dans le sens où l'OHMI est obligé de compléter son dossier relatif à une procédure de déchéance quand celui-ci est visiblement incomplet. Partant, en l'occurrence, la chambre de recours aurait été obligée de prendre en compte les éléments de preuve qui avaient été produits pour la première fois devant elle.

59 À titre subsidiaire, la requérante affirme que, même en l'absence d'une telle obligation pour la chambre de recours, celle-ci aurait dû, dans le cadre d'un juste exercice de son pouvoir d'appréciation au titre de l'article 76, paragraphe 2, du règlement n° 207/2009, prendre en compte les éléments de preuve qui avaient été produits pour la première fois devant elle.

60 L'OHMI et l'intervenante concluent au rejet du moyen.

## Appréciation du Tribunal

- 61 En premier lieu, il convient de rappeler que l'examen de l'OHMI de la question de l'usage sérieux de la marque communautaire est, ainsi que constaté aux points 51 à 54 ci-dessus, soumis à l'application de l'article 76, paragraphe 1, in fine, du règlement n° 207/2009. Ladite disposition prévoit que l'examen de l'OHMI est limité aux faits invoqués par les parties. Il s'ensuit que l'allégation de la requérante selon laquelle l'OHMI a l'obligation de compléter d'office son dossier doit être écartée.
- 62 En second lieu, la possibilité pour les parties à la procédure devant l'OHMI de présenter des faits et des preuves après l'expiration des délais impartis à cet effet n'existe pas de manière inconditionnelle, mais se trouve, ainsi qu'il ressort de la jurisprudence, subordonnée à la condition qu'il n'existe pas de disposition contraire. Ce n'est que si cette condition est remplie que l'OHMI dispose d'un pouvoir d'appréciation quant à la prise en compte de faits et de preuves présentés tardivement [arrêt du Tribunal du 12 décembre 2007, K & L Ruppert Stiftung/OHMI — Lopes de Almeida Cunha e.a. (CORPO livre), T-86/05, Rec. p. II-4923, point 47].
- 63 Or, en l'espèce, il existe une disposition s'opposant à une prise en compte des éléments présentés devant la chambre de recours, à savoir la règle 40, paragraphe 5, du règlement n° 2868/95.
- 64 Il découle de tout ce qui précède que le troisième moyen doit être rejeté.

*Sur l'exception d'illégalité de la règle 40, paragraphe 5, du règlement n° 2868/95*

## Arguments des parties

- <sup>65</sup> La requérante affirme, en substance, que la règle 40, paragraphe 5, du règlement n° 2868/95 est inapplicable dans la mesure où elle empêche l'OHMI de prendre en compte des éléments de preuve déposés hors délai dans le cadre d'une procédure de déchéance au titre de l'article 51, paragraphe 1, sous a), du règlement n° 207/2009. À cet égard, elle prétend que la règle 40, paragraphe 5, du règlement n° 2868/95 contrevient à l'article 202 CE ainsi qu'à l'article 57, paragraphe 1, à l'article 76, paragraphe 1, et à l'article 162, paragraphe 1, du règlement n° 207/2009. En outre, la requérante prétend que ladite règle est contraire aux principes généraux du droit communautaire, notamment au principe de proportionnalité, au droit de propriété et au droit à un procès équitable.
- <sup>66</sup> L'OHMI et l'intervenante concluent au rejet de l'exception d'illégalité.

## Appréciation du Tribunal

- <sup>67</sup> Le Tribunal constate que, s'il est vrai que les règles du règlement n° 2868/95 ne peuvent pas être en contradiction avec les dispositions et l'économie du règlement n° 207/2009, il n'en reste pas moins qu'aucune contradiction ne peut être constatée entre la règle 40, paragraphe 5, du règlement n° 2868/95 et les dispositions concernant la déchéance contenues dans le règlement n° 207/2009.

- 68 En effet, tandis que le règlement n° 207/2009 prévoit la règle matérielle, à savoir la sanction de déchéance pour les marques communautaires qui n'ont pas fait l'objet d'un usage sérieux, le règlement n° 2868/95 précise les règles procédurales applicables, notamment l'attribution de la charge de la preuve et les conséquences d'un manquement aux délais impartis. En outre, et ainsi que constaté précédemment (voir points 51 à 54 ci-dessus), il ressort de l'économie du règlement n° 207/2009 que, en ce qui concerne la demande de déchéance au titre de l'absence d'usage sérieux, l'étendue et l'intensité de l'examen de l'OHMI sont encadrées par les moyens et les faits invoqués par les parties.
- 69 Force est de constater que les arguments avancés par la requérante ne démontrent nullement que la disposition procédurale de la règle 40, paragraphe 5, du règlement n° 2868/95, qui attribue la charge de la preuve au titulaire de la marque communautaire et prévoit que le défaut de production des preuves suffisantes dans les délais impartis aboutisse à la déclaration de déchéance, puisse être en contradiction avec le règlement n° 207/2009.
- 70 S'agissant de la prétendue violation du principe de proportionnalité, il convient de rappeler que le non-respect des délais sans juste motif, qui sont fondamentaux pour le bon fonctionnement du système communautaire, peut être sanctionné par la réglementation communautaire par la perte d'un droit, sans que cela soit incompatible avec ledit principe de proportionnalité [voir, en ce sens, arrêt du Tribunal du 17 septembre 2008, Neurim Pharmaceuticals (1991)/OHMI — Eurim-Pharm Arzneimittel (Neurim PHARMACEUTICALS), T-218/06, Rec. p. II-2275, point 55].
- 71 Enfin, il convient de constater que l'allégation selon laquelle la règle 40, paragraphe 5, du règlement n° 2868/95 porte atteinte au droit de propriété et au droit à un procès équitable est dépourvue de fondement. Ladite règle n'affecte nullement les droits du titulaire d'une marque communautaire à moins que celui-ci choisisse, ainsi que l'a fait en l'espèce la requérante, de ne pas déposer devant l'OHMI, dans le délai imparti, des éléments en sa possession démontrant l'usage sérieux de sa marque.

- 72 Il résulte de tout ce qui précède que l'exception d'illégalité soulevée par la requérante doit être également rejetée.
- 73 Dès lors, le recours doit être rejeté dans son ensemble.

### **Sur les dépens**

- 74 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.
- 75 La requérante ayant succombé, il y a lieu de la condamner aux dépens, conformément aux conclusions de l'OHMI. L'intervenante n'ayant pas conclu à la condamnation de la requérante aux dépens, elle supportera ses propres dépens.

Par ces motifs,

LE TRIBUNAL (sixième chambre)

déclare et arrête :

**1) Le recours est rejeté.**

- 2) **Centrotherm Systemtechnik GmbH est condamnée aux dépens.**
  
- 3) **centrotherm Clean Solutions GmbH & Co. KG supportera ses propres dépens.**

Moavero Milanesi

Wahl

Soldevila Fragoso

Ainsi prononcé en audience publique à Luxembourg, le 15 septembre 2011.

Signatures