



Recueil de la jurisprudence

ARRÊT DE LA COUR (première chambre)

10 mai 2012*

«Pourvoi — Marque communautaire — Règlement (CE) n° 40/94 — Article 8, paragraphe 5 — Marques communautaires verbales BOTOLIST et BOTOCYL — Marques figuratives et verbales communautaires et nationales BOTOX — Déclaration de nullité — Motifs relatifs de refus — Atteinte à la renommée»

Dans l'affaire C-100/11 P,

ayant pour objet un pourvoi au titre de l'article 56 du statut de la Cour de justice de l'Union européenne, introduit le 28 février 2011,

Helena Rubinstein SNC, établie à Paris (France),

L'Oréal SA, établie à Paris,

représentées par M^e A. von Mühlendahl, Rechtsanwalt,

parties requérantes,

les autres parties à la procédure étant:

Office de l'harmonisation dans le marché intérieur (marques, dessins et modèles) (OHMI), représenté par M. A. Folliard-Monguiral, en qualité d'agent,

partie défenderesse en première instance,

Allergan Inc., établie à Irvine (États-Unis), représentée par M^e F. Clark, barrister,

partie à la procédure devant la chambre de recours de l'OHMI,

LA COUR (première chambre),

composée de M. A. Tizzano, président de chambre, MM. A. Borg Barthet (rapporteur), E. Levits, J.-J. Kasel et M^{me} M. Berger, juges,

avocat général: M. P. Mengozzi,

greffier: M^{me} L. Hewlett, administrateur principal,

vu la procédure écrite et à la suite de l'audience du 11 janvier 2012,

ayant entendu l'avocat général en ses conclusions à l'audience du 16 février 2012,

* Langue de procédure: l'anglais.

rend le présent

Arrêt

- 1 Par leur pourvoi, Helena Rubinstein SNC (ci-après «Helena Rubinstein») et L'Oréal SA (ci-après «L'Oréal») demandent l'annulation de l'arrêt du Tribunal de l'Union européenne du 16 décembre 2010, Rubinstein et L'Oréal/OHMI — Allergan (BOTOLIST et BOTOCYL) (T-345/08 et T-357/08, ci-après l'«arrêt attaqué»), par lequel celui-ci a rejeté, dans l'affaire T-345/08, le recours formé par Helena Rubinstein et tendant à l'annulation de la décision de la première chambre de recours de l'Office de l'harmonisation dans le marché intérieur (marques, dessins et modèles) (OHMI) du 28 mai 2008 (affaire R 863/2007-1), relative à une procédure d'annulation entre Allergan, Inc. et Helena Rubinstein SNC, et, dans l'affaire T-357/08, le recours formé par L'Oréal et tendant à l'annulation de la décision de la première chambre de recours de l'OHMI du 5 juin 2008 (affaire R 865/2007-1), relative à une procédure d'annulation entre Allergan, Inc. et L'Oréal SA (ci-après, ensemble, les «décisions litigieuses»).

Le cadre juridique

- 2 Le règlement (CE) n° 40/94 du Conseil, du 20 décembre 1993, sur la marque communautaire (JO 1994, L 11, p. 1), a été abrogé et remplacé par le règlement (CE) n° 207/2009 du Conseil, du 26 février 2009, sur la marque communautaire (JO L 78, p. 1), qui est entré en vigueur le 13 avril 2009. Néanmoins, compte tenu de la date des faits du présent litige, celui-ci demeure régi par le règlement n° 40/94.
- 3 L'article 8 du règlement n° 40/94, intitulé «Motifs relatifs de refus», dispose, à son paragraphe 5:

«Sur opposition du titulaire d'une marque antérieure au sens du paragraphe 2, la marque demandée est [...] 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.»
- 4 L'article 52 de ce règlement, intitulé «Causes de nullité relative», énonce, à son paragraphe 1, sous a), que la marque communautaire est déclarée nulle sur demande présentée auprès de l'OHMI «lorsqu'il existe une marque antérieure visée à l'article 8 paragraphe 2 et que les conditions énoncées au paragraphe 1 ou au paragraphe 5 de cet article sont remplies».
- 5 L'article 63 du règlement n° 40/94, intitulé «Recours devant la Cour de Justice», dispose, à ses paragraphes 1 à 3:

«1. Les décisions des chambres de recours statuant sur un recours sont susceptibles d'un recours devant la Cour de justice.

2. Le recours est ouvert pour incompétence, violation des formes substantielles, violation du traité, du présent règlement ou de toute règle de droit relative à leur application, ou détournement de pouvoir.

3. La Cour de justice a compétence aussi bien pour annuler que pour réformer la décision attaquée.»
- 6 L'article 73 de ce même règlement prévoit que les décisions de l'OHMI sont motivées et qu'elles ne peuvent être fondées que sur des motifs sur lesquels les parties ont pu prendre position.

- 7 L'article 115, paragraphe 2, du règlement n° 40/94 prévoit que les langues de l'OHMI sont l'allemand, l'anglais, l'espagnol, le français et l'italien. Le paragraphe 5 de ce même article dispose que l'acte d'opposition et la demande en déchéance ou en nullité sont déposés dans une des langues de l'OHMI.
- 8 Aux termes de la règle 38, paragraphe 2, 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):

«Lorsque les preuves fournies à l'appui de la demande ne sont pas rédigées dans la langue de procédure en déchéance ou en nullité, le demandeur doit en produire une traduction dans cette langue dans un délai de deux mois à compter du dépôt des preuves.»

Les faits à l'origine du litige

- 9 Le 6 mai 2002, Helena Rubinstein a présenté à l'OHMI, en vertu du règlement n° 40/94, une demande d'enregistrement en tant que marque communautaire du signe verbal «BOTOLIST». L'Oréal a présenté le 19 juillet 2002 une demande similaire à l'égard du signe verbal «BOTOCYL».
- 10 Les produits pour lesquels les enregistrements ont été demandés relèvent de la classe 3 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 à la description suivante: «Parfums; eaux de toilette; gels et sels pour le bain et la douche non à usage médical; savons de toilette; déodorants corporels; cosmétiques notamment crèmes, laits, lotions, gels et poudres pour le visage, le corps et les mains, laits, gels et huiles de bronzage et après-soleil (cosmétiques); produits de maquillage; shampooings; gels, mousses, baumes et produits sous la forme d'aérosol pour le coiffage et le soin des cheveux; laques pour les cheveux, colorants et produits pour la décoloration des cheveux; produits pour l'ondulation et la mise en plis des cheveux; huiles essentielles».
- 11 Les marques communautaires BOTOLIST et BOTOCYL (ci-après, ensemble, les «marques litigieuses») ont été enregistrées, respectivement, les 14 octobre et 19 novembre 2003.
- 12 Le 2 février 2005, Allergan Inc. (ci-après «Allergan») a introduit une demande en nullité de l'enregistrement des marques litigieuses pour les produits visés au point 10 du présent arrêt.
- 13 Les demandes en nullité étaient fondées sur l'existence de plusieurs marques antérieures figuratives et verbales, communautaires et nationales, portant sur le signe «BOTOX», enregistrées notamment pour des produits relevant de la classe 5 au sens de l'arrangement de Nice susmentionné et correspondant à la description suivante: «Produits pharmaceutiques pour le traitement de troubles neurologiques, dystonie musculaire, troubles des muscles lisses, troubles du système nerveux autonome, maux de tête, rides, hyperhidrose, blessures sportives, paralysie cérébrale, spasmes, tremblements et douleurs». La plus ancienne de ces marques a été enregistrée le 12 avril 1991 et la plus récente le 7 août 2003.
- 14 Les motifs invoqués à l'appui desdites demandes en nullité étaient ceux visés à l'article 52, paragraphe 1, sous a), du règlement n° 40/94, lu conjointement avec l'article 8, paragraphe 1, sous b), et l'article 8, paragraphes 4 et 5, dudit règlement.
- 15 Par décisions des 28 mars et 4 avril 2007, la division d'annulation a rejeté les deux demandes en nullité.
- 16 Le 1^{er} juin 2007, Allergan a formé un recours auprès de l'OHMI contre chacune des deux décisions de la division d'annulation.
- 17 Par les décisions litigieuses, la première chambre de recours de l'OHMI a accueilli ces deux recours. En particulier, elle a considéré que, bien que les marques litigieuses ne prêtaient pas à confusion avec la «marque antérieure», les demandes en nullité reposant sur l'article 8, paragraphe 5, du règlement n° 40/94 étaient fondées.

La procédure devant le Tribunal et l'arrêt attaqué

- 18 Par requête déposée au greffe du Tribunal, respectivement, les 22 août et 1^{er} septembre 2008, Helena Rubinstein et L'Oréal ont formé un recours visant à l'annulation, pour l'une, de la décision de l'OHMI rendue le 28 mai 2008 et, pour l'autre, de celle rendue le 5 juin 2008.
- 19 Par une ordonnance du président de la troisième chambre du Tribunal du 11 mai 2010, les affaires T-345/08 et T-357/08 ont été jointes aux fins de la procédure orale et de l'arrêt.
- 20 À l'appui de leur recours, les requérantes ont invoqué deux moyens identiques dans chacune des affaires. Le premier moyen était tiré de la violation de l'article 8, paragraphe 5, du règlement n° 40/94 et le second de celle de l'article 73 de ce même règlement.
- 21 En ce qui concerne le premier moyen, le Tribunal a relevé, aux points 38 à 41 de l'arrêt attaqué, dans le cadre d'observations liminaires, que les demandes en nullité étaient fondées sur l'existence de plusieurs marques communautaires et nationales, figuratives et verbales, portant sur le signe «BOTOX», enregistrées pour la plupart d'entre elles avant que les marques demandées BOTOLIST et BOTOCYL ne soient déposées, respectivement, les 6 mai et 19 juillet 2002.
- 22 Le Tribunal a observé que la chambre de recours s'est «démarquée de l'approche suivie par la division d'annulation, qui avait fondé ses décisions sur le seul enregistrement de la marque communautaire antérieure n° 2015832 du signe figuratif BOTOX, en considérant que la renommée était acquise tant pour les marques figuratives que pour les marques verbales BOTOX enregistrées avant le 6 mai 2002, que celles-ci soient communautaires ou nationales». Selon le Tribunal, cette approche de la chambre de recours peut être illustrée par le fait qu'elle ne s'est pas référée, dans les décisions litigieuses, à l'élément figuratif de la marque communautaire BOTOX.
- 23 Dans ce contexte, le Tribunal a estimé, au point 40 de l'arrêt attaqué, que son examen pouvait se limiter aux deux marques nationales antérieures enregistrées le 14 décembre 2000 au Royaume-Uni pour le traitement des rides et comportant le signe «BOTOX» (ci-après les «marques antérieures»), dès lors qu'il s'agit du territoire pour lequel le plus d'éléments de preuve ont été produits par Allergan et dans la mesure où le seul fait qu'un motif relatif de refus soit constaté dans un État membre suffit à justifier l'application de l'article 8, paragraphe 5, du règlement n° 40/94.
- 24 Le Tribunal a ainsi, au point 41 de l'arrêt attaqué, exposé qu'il allait vérifier si les conditions d'application de cette disposition sont remplies en l'espèce, à savoir, premièrement, «si ces [marques antérieures] bénéficient d'une renommée au Royaume-Uni», deuxièmement, «si les marques [litigieuses] présentent une similitude avec ces marques antérieures» et, enfin, troisièmement, «si un usage sans juste motif des marques [litigieuses] tirerait indûment profit du caractère distinctif ou de la renommée des marques antérieures ou leur porterait préjudice». Il ajoute que ces conditions étant cumulatives, l'absence de l'une d'entre elles suffirait à rendre inapplicables les dispositions de l'article 8, paragraphe 5, du règlement n° 40/94.
- 25 Premièrement, en ce qui concerne la renommée des marques antérieures, le Tribunal a procédé, aux points 46 à 63 de l'arrêt attaqué, à l'examen des différentes preuves produites par Allergan à l'appui des demandes en nullité et des recours devant la chambre de recours, à savoir le montant des ventes des produits commercialisés sous la marque BOTOX durant les années 1999 à 2003 dans quatorze États membres, la promotion de cette marque dans des articles publiés en langue anglaise dans des revues scientifiques au cours des années 1999 et 2001, l'importante couverture médiatique depuis l'année 2001 des produits commercialisés sous ladite marque, notamment dans la presse anglaise, l'insertion du mot «BOTOX» dans plusieurs dictionnaires de langue anglaise, qui reconnaîtraient ce mot comme marque, une décision du 26 avril 2005 de l'United Kingdom Intellectual Property Office statuant sur une demande en nullité de l'enregistrement de la marque BOTOMASK au Royaume-Uni pour des cosmétiques et une déclaration d'un dirigeant d'Allergan ainsi qu'une étude de marché réalisée durant les mois de septembre et d'octobre de l'année 2004 au Royaume-Uni.

- 26 S'agissant, plus particulièrement, de la recevabilité des articles de presse rédigés en langue anglaise, qui était contestée par les requérantes devant le Tribunal au motif que leur publication était postérieure à la date de dépôt des marques litigieuses, le Tribunal a rappelé, au point 52 de l'arrêt attaqué, la jurisprudence selon laquelle «si la renommée d'une marque antérieure doit être établie à la date de dépôt de la demande de marque contestée, les documents portant une date postérieure à cette date ne sauraient toutefois être privés de valeur probante s'ils permettent de tirer des conclusions sur la situation telle qu'elle se présentait à cette même date».
- 27 De même, le Tribunal a rejeté, au point 54 de cet arrêt, les arguments des requérantes tirés de l'irrecevabilité des articles publiés dans les revues scientifiques et dans la presse généraliste au motif qu'ils n'avaient pas été traduits en langue française, langue de procédure devant l'OHMI. Il a estimé que l'existence même de ces articles constituait «un élément pertinent pour établir la renommée [de] la marque BOTOX auprès du grand public indépendamment du contenu positif ou négatif de [ceux-ci]».
- 28 S'agissant de l'argument des requérantes tiré de l'irrecevabilité de la décision du 26 avril 2005 de l'United Kingdom Intellectual Property Office, au motif que cette décision était postérieure à la date de dépôt des marques litigieuses, le Tribunal l'a rejeté en se référant à la jurisprudence citée au point 52 de l'arrêt attaqué.
- 29 S'agissant encore de l'argument des requérantes tiré de l'irrecevabilité de la déclaration du dirigeant d'Allergan et de l'étude de marché, au motif que ces éléments avaient été déposés pour la première fois devant la chambre de recours, le Tribunal a, au point 62 de cet arrêt, rappelé que, aux termes de l'article 74, paragraphe 2, du règlement n° 40/94, «l'[OHMI] peut ne pas tenir compte des faits que les parties n'ont pas invoqués ou des preuves qu'elles n'ont pas produites en temps utile», de sorte que la chambre de recours dispose d'un large pouvoir d'appréciation. Il a jugé que, en l'absence de décision expresse de la chambre de recours sur la recevabilité de ces éléments de preuve, celle-ci a implicitement, mais nécessairement, estimé qu'ils étaient recevables.
- 30 Au point 64 de l'arrêt attaqué, le Tribunal a conclu que, compte tenu de l'ensemble des éléments de preuve présentés par Allergan, la chambre de recours n'avait pas violé l'article 8, paragraphe 5, du règlement n° 40/94 en considérant que la marque BOTOX jouissait, à la date de dépôt des marques litigieuses, d'une renommée à l'égard des «produits pharmaceutiques pour le traitement des rides» au Royaume-Uni.
- 31 Deuxièmement, en ce qui concerne la similitude des marques en cause, le Tribunal a, aux points 69 à 79 de l'arrêt attaqué, vérifié si la chambre de recours n'a pas commis d'erreur de droit en estimant qu'il existait entre les marques antérieures et les marques litigieuses un degré de similitude tel que le public établisse un lien entre ces marques.
- 32 Le Tribunal a confirmé, en substance, le raisonnement de la chambre de recours, qui avait pris en considération, aux fins de l'appréciation de la similitude des marques en cause, la circonstance que le préfixe «boto» soit commun à celles-ci. Selon lui, la syllabe «bot» n'a pas de signification particulière et ne renvoie pas au principe actif du produit pharmaceutique vendu par Allergan, à savoir la toxine botulique, contrairement à ce que faisaient valoir les requérantes. Il a encore relevé qu'aucune raison n'avait été invoquée pour permettre de comprendre en quoi cette syllabe devrait être préférée au préfixe «boto» pris en considération par la chambre de recours.
- 33 Le Tribunal a considéré que, à supposer que le signe «BOTOX» puisse être décomposé en «bo» pour «botulinum» et «tox» pour «toxine», en référence au principe actif utilisé, ce signe aurait acquis un caractère distinctif, intrinsèque ou par l'usage, à tout le moins au Royaume-Uni.
- 34 Le Tribunal a aussi constaté, au point 76 de l'arrêt attaqué, que «l'importance de la part de marché du BOTOX au Royaume-Uni, 74,3 % en 2003, tout comme le degré de connaissance de la marque de 75 % au sein du public spécialisé habitué aux traitements pharmaceutiques contre les rides, suffit à étayer l'existence d'un degré considérable de reconnaissance sur le marché».

- 35 Selon le Tribunal, c'est à juste titre que la chambre de recours a constaté que les produits visés par les marques en cause, quoique différents, puisque Allergan commercialise des produits pharmaceutiques pour le traitement des rides et les requérantes des produits cosmétiques, relèvent de «secteurs de marché voisins».
- 36 Le Tribunal a conclu, en conséquence, que la chambre de recours a, à bon droit, considéré que le public pertinent serait naturellement amené à établir un lien entre les marques litigieuses et la marque renommée BOTOX, avant même de l'associer au «botulinum».
- 37 Troisièmement, en ce qui concerne l'appréciation des effets de l'usage des marques litigieuses sur les marques antérieures, le Tribunal a rappelé, au point 81 de l'arrêt attaqué, qu'il existe trois types de risques distincts à cet égard. Ainsi, tout d'abord, l'usage sans juste motif d'une marque dont l'enregistrement est demandé peut porter préjudice au caractère distinctif de la marque antérieure. Ensuite, cet usage peut également porter préjudice à la renommée de la marque antérieure. Enfin, le titulaire d'une marque demandée peut tirer indûment profit, par l'usage de sa marque, du caractère distinctif ou de la renommée de la marque antérieure. Il suffit qu'il existe un seul de ces trois types de risques pour que l'article 8, paragraphe 5, du règlement n° 40/94 s'applique.
- 38 Le Tribunal, tout en reconnaissant, au point 87 de l'arrêt attaqué, que la chambre de recours était assez lapidaire quand elle a établi les effets de l'usage des marques litigieuses, a toutefois relevé que la raison donnée par la chambre de recours à cette insuffisance, à savoir le fait que le public pertinent percevra nécessairement un lien entre les marques en conflit, avait fait l'objet d'importants développements dans le cadre de la procédure administrative et devant le Tribunal.
- 39 Le Tribunal a évoqué, au point 88 de l'arrêt attaqué, l'argument d'Allergan selon lequel les marques litigieuses entendaient concrètement profiter du caractère distinctif et de la renommée acquise par la marque BOTOX en matière de traitement des rides, ce qui aura pour effet d'amoinrir la valeur de cette marque. Selon le Tribunal, ces risques sont suffisamment sérieux et non hypothétiques pour justifier l'application de l'article 8, paragraphe 5, du règlement n° 40/94. Le Tribunal a souligné que, lors de l'audience, les requérantes ont reconnu que, même si leurs produits ne contenaient pas de toxine botulique, elles entendaient tout de même profiter de l'image qui était associée à ce produit, laquelle se retrouve dans la marque BOTOX, marque unique à cet égard.
- 40 Le Tribunal a donc rejeté le premier moyen dans son ensemble.
- 41 En ce qui concerne le second moyen, le Tribunal a constaté, au point 93 de l'arrêt attaqué, que la chambre de recours a exposé dans les décisions litigieuses la motivation permettant de comprendre pour quelles raisons la marque BOTOX est renommée.
- 42 Il a également considéré, au point 94 de l'arrêt attaqué, que les décisions litigieuses comportaient une motivation suffisante en ce qui concerne les effets de l'usage sans juste motif des marques litigieuses, qui devait permettre aux requérantes de disposer de toutes les informations pertinentes pour contester devant le Tribunal les motifs retenus par la chambre de recours.
- 43 Le Tribunal a, par conséquent, rejeté le second moyen ainsi que les recours dans leur ensemble.

Les conclusions devant la Cour

- 44 Par leur pourvoi, les requérantes demandent à la Cour:
- d'annuler l'arrêt attaqué;
 - de rejeter les recours en annulation introduits par Allergan contre les décisions de la division d'annulation des 28 mars et 4 avril 2007, et

— de condamner l'OHMI aux dépens exposés dans le cadre de la procédure de pourvoi, de la procédure devant le Tribunal ainsi que de la procédure devant la chambre de recours de l'OHMI.

45 L'OHMI et Allergan demandent à la Cour de rejeter le pourvoi et de condamner les requérantes aux dépens.

Sur le pourvoi

46 À l'appui de leur pourvoi, les requérantes invoquent quatre moyens. Le premier moyen est tiré de la violation des articles 52, paragraphe 1, et 8, paragraphe 5, du règlement n° 40/94. Par le deuxième moyen, les requérantes soutiennent que le Tribunal a violé l'article 115 du règlement n° 40/94, lu conjointement avec la règle 38, paragraphe 2, du règlement n° 2868/95. Les troisième et quatrième moyens sont tirés de la violation, respectivement, des articles 63 et 73 du règlement n° 40/94.

Sur le premier moyen

47 Le premier moyen est divisé en quatre branches.

Sur la première branche

– Argumentation des parties

48 Par la première branche du premier moyen, les requérantes soutiennent que le Tribunal, en estimant que l'examen de la demande en nullité peut s'effectuer au regard de deux marques antérieures enregistrées au Royaume-Uni, lesquelles ne constituaient pas le fondement des décisions litigieuses, a commis une erreur de droit. La chambre de recours de l'OHMI aurait fondé ses décisions uniquement sur la marque communautaire antérieure n° 2015832 composée du signe figuratif «BOTOX».

49 L'OHMI et Allergan font valoir que la première branche du premier moyen doit être rejetée comme non fondée, au motif que la chambre de recours ne se serait pas référée expressément, dans les décisions litigieuses, à l'enregistrement de cette marque communautaire figurative antérieure.

– Appréciation de la Cour

50 Au point 38 de l'arrêt attaqué, le Tribunal a constaté que les demandes en nullité, présentées par Allergan, reposaient sur l'enregistrement de plusieurs marques communautaires, nationales, figuratives et verbales, portant sur le signe «BOTOX», enregistrées pour la plupart d'entre elles avant que les marques litigieuses BOTOLIST et BOTOCYL ne soient déposées, respectivement, les 6 mai et 19 juillet 2002. Le Tribunal s'est référé à cet égard au point 2 des décisions litigieuses qui énumère ces marques.

51 Au point 39 de l'arrêt attaqué, le Tribunal a jugé que la chambre de recours n'a pas suivi l'approche de la division d'annulation, qui avait fondé ses décisions sur le seul enregistrement de la marque communautaire figurative antérieure n° 2015832, et qu'elle a considéré que la renommée était acquise tant pour les marques figuratives que pour les marques verbales BOTOX enregistrées avant le 6 mai 2002, que celles-ci soient communautaires ou nationales. Le Tribunal a également indiqué que cette approche de la chambre de recours peut être illustrée par le fait qu'elle ne se réfère pas, dans les décisions litigieuses, à l'élément figuratif de la marque communautaire antérieure n° 2015832.

52 Eu égard à ces différents éléments, le Tribunal a pu légitimement limiter son examen aux marques nationales antérieures enregistrées au Royaume-Uni le 14 décembre 2000 pour le traitement des rides, dès lors qu'il s'agissait du territoire pour lequel le plus d'éléments de preuve avaient été produits par Allergan.

53 Il y a encore lieu de constater que les requérantes se bornent à invoquer de façon générale que la chambre de recours avait fondé son appréciation, tout comme la division d'annulation, sur la seule marque communautaire figurative antérieure, sans avancer le moindre argument de nature à étayer leur argumentation.

54 Il s'ensuit que la première branche du premier moyen doit être écartée.

Sur la deuxième branche

– Argumentation des parties

55 Par la deuxième branche du premier moyen, les requérantes estiment que le Tribunal a commis une erreur de droit en considérant que les marques antérieures étaient renommées.

56 S'agissant du public pertinent, si les requérantes ne contestent pas l'appréciation effectuée par le Tribunal à cet égard, à savoir que ce public est constitué du grand public et des professionnels de la santé, elles soutiennent qu'il n'a toutefois procédé à aucune analyse spécifique quant à l'existence d'une renommée desdites marques parmi chacune des deux catégories de personnes composant le public pertinent.

57 S'agissant du territoire pertinent, l'arrêt attaqué ne contiendrait aucune indication quant au territoire au sein duquel les marques antérieures étaient considérées jouir d'une renommée.

58 S'agissant de la preuve de la renommée, les requérantes contestent la valeur probante de certains éléments de preuve produits par Allergan, à savoir le volume des ventes des produits commercialisés sous la marque BOTOX, figurant aux points 46 et 47 de l'arrêt attaqué, ainsi que la promotion de la marque BOTOX dans des revues scientifiques, exposés aux points 48 et 49 de cet arrêt. S'agissant de l'importante couverture médiatique desdits produits, mentionnée aux points 50 à 54 dudit arrêt, elles soutiennent que le Tribunal a dénaturé cet élément de preuve dans la mesure où il n'était pas étayé par la preuve de la distribution, au Royaume-Uni, de journaux ou de magazines où ont été publiés les articles portant sur les produits commercialisés sous la marque BOTOX. Elles estiment que l'appréciation portée par le Tribunal aux points 55 et 56 de l'arrêt attaqué et relative à l'insertion du terme «BOTOX» dans plusieurs dictionnaires est fondée sur une distorsion des faits. Les requérantes considèrent également que le Tribunal a, aux points 60 à 63 de l'arrêt attaqué, commis une dénaturation des éléments de preuve en ce qui concerne l'étude de marché réalisée au cours des mois de septembre et d'octobre de l'année 2004 au Royaume-Uni. Elles contestent, à cet égard, la pertinence de cette étude dans la mesure où elle ne comporte pas d'éléments, qu'il incombait à Allergan d'apporter, de nature à établir un lien entre les données qui y sont contenues et la situation existant à la date du dépôt de la demande d'enregistrement des marques litigieuses.

59 En ce qui concerne la décision du 26 avril 2005 de l'United Kingdom Intellectual Property Office, les requérantes estiment que cet élément de preuve aurait dû être déclaré irrecevable par le Tribunal, dans la mesure où il concerne un litige différent auquel elles n'étaient pas parties.

60 L'OHMI considère que la deuxième branche du premier moyen doit être rejetée en partie comme irrecevable et en partie comme non fondée.

61 Premièrement, en ce qui concerne le degré de notoriété des marques antérieures à l'égard de chacune des catégories de personnes composant le public pertinent, l'OHMI soutient que toute marque qui jouit d'une renommée auprès du grand public doit être présumée connue des professionnels.

62 Deuxièmement, en ce qui concerne le territoire pertinent, l'OHMI considère que le Tribunal, en limitant son examen aux deux marques antérieures enregistrées au Royaume-Uni, a clairement indiqué que le territoire pertinent était le Royaume-Uni.

63 Troisièmement, en ce qui concerne la preuve de la renommée, l'OHMI et Allergan font valoir que les arguments des requérantes à cet égard sont, d'une part, erronés, car ils visent à remettre en cause la valeur probante de chacun des éléments de preuve, alors que ces éléments doivent être appréciés dans leur ensemble, et, d'autre part, irrecevables, puisqu'ils concernent des questions de fait.

– Appréciation de la Cour

64 En premier lieu, il convient de constater que l'argument des requérantes, tiré d'une prétendue erreur de droit du Tribunal en ce qui concerne la renommée des marques antérieures parmi les deux catégories de personnes qui composent le public pertinent, repose sur une lecture erronée de l'arrêt attaqué.

65 En effet, il ressort des points 48, 49 et 54 de l'arrêt attaqué que le Tribunal a examiné, en tant qu'éléments de preuve visant à établir la renommée des marques antérieures, la promotion de la marque BOTOX effectuée notamment par la publication d'articles, rédigés en langue anglaise, issus tant de revues scientifiques, lesquels sont précisément destinés aux praticiens, que de la presse généraliste.

66 Ensuite, ainsi que l'OHMI l'a indiqué, si une marque est renommée auprès du grand public, elle est, en principe, présumée connue des professionnels. Il ne saurait dès lors être valablement soutenu que la renommée de la marque BOTOX, en raison de l'importante couverture médiatique auprès du grand public des produits commercialisés sous cette marque ou de l'insertion du terme «BOTOX» dans des dictionnaires de langue anglaise, ait pu être méconnue des professionnels de la santé.

67 Ainsi, le Tribunal ayant procédé à ces constatations, dont il ressortait qu'il a tenu compte tant du grand public que des professionnels de la santé, n'a pas commis d'erreur de droit en jugeant, au point 64 de l'arrêt attaqué, que la marque BOTOX jouissait, à la date du dépôt des marques litigieuses, à savoir les 6 mai ou 19 juillet 2002, d'une renommée au Royaume-Uni en ce qui concerne les «produits pharmaceutiques pour le traitement des rides» à l'égard de chacune des catégories composant le public pertinent.

68 Par conséquent, l'argument selon lequel le Tribunal n'aurait procédé à aucune analyse spécifique quant à l'existence d'une renommée des marques antérieures parmi chacune des deux catégories de personnes composant le public pertinent doit être rejeté.

69 En deuxième lieu, s'agissant de l'absence d'indications quant au territoire au sein duquel les marques antérieures étaient considérées jouir d'une renommée, il convient de relever, d'une part, qu'il peut être clairement déduit du fait que le Tribunal a limité son examen aux deux marques nationales enregistrées au Royaume-Uni le 14 décembre 2000 qu'il a considéré que le territoire pertinent était le Royaume-Uni.

70 D'autre part, il ressort des différents éléments de preuve pris en considération par le Tribunal, tels que les articles de presse rédigés en langue anglaise et publiés dans des revues scientifiques ou dans des quotidiens anglais, l'insertion du mot «BOTOX» dans des dictionnaires de langue anglaise et la décision de l'United Kingdom Intellectual Property Office, que l'examen de la renommée des marques antérieures a été effectué au regard de l'ensemble du territoire du Royaume-Uni.

71 Partant, l'argument selon lequel le Tribunal aurait commis une erreur de droit quant à la délimitation du territoire pertinent doit être rejeté.

72 En troisième lieu, en ce qui concerne la preuve de la renommée de la marque BOTOX, il y a lieu de relever, à titre liminaire, que le Tribunal s'est livré à cet égard à une appréciation globale des éléments de preuve présentés par Allergan, ainsi que cela ressort du point 64 de l'arrêt attaqué.

Or, les arguments des requérantes visant à contester la preuve de cette renommée portent sur chacun desdits éléments de preuve pris séparément. Par conséquent, ainsi que M. l'avocat général l'a indiqué au point 20 de ses conclusions, si la Cour devait accueillir certains des arguments avancés par les requérantes, cela n'affecterait pas pour autant l'appréciation portée par le Tribunal, puisqu'il resterait encore à déterminer la valeur, dans l'appréciation globale du Tribunal, de l'élément de preuve à écarter. Or, aucun argument en ce sens n'a été invoqué par les requérantes dans le cadre du pourvoi.

- 73 Cela étant, dans la mesure où les requérantes contestent la valeur probante des éléments de preuve, tels que le volume des ventes des produits commercialisés sous la marque BOTOX ainsi que la promotion de cette marque dans des revues scientifiques, il suffit de constater que, par cette argumentation, elles visent, en réalité, à obtenir une nouvelle appréciation de ces éléments de preuve devant la Cour.
- 74 Or, selon une jurisprudence constante, la Cour n'est pas compétente pour constater les faits ni, en principe, pour examiner les preuves que le Tribunal a retenues à l'appui de ces faits. En effet, dès lors que ces preuves ont été obtenues régulièrement et que les principes généraux du droit ainsi que les règles de procédure applicables en matière de charge et d'administration de la preuve ont été respectés, il appartient au seul Tribunal d'apprécier la valeur qu'il convient d'attribuer aux éléments qui lui ont été soumis. Cette appréciation ne constitue donc pas une question de droit soumise, comme telle, au contrôle de la Cour, sous réserve du cas de dénaturation de ces éléments (arrêt du 8 mai 2008, Eurohypo/OHMI, C-304/06 P, Rec. p. I-3297, point 33 et jurisprudence citée).
- 75 Il s'ensuit que, aucune dénaturation n'ayant été alléguée en l'espèce, l'argument des requérantes visant à contester la valeur probante de certains éléments de preuve doit être rejeté comme irrecevable.
- 76 En tant que les requérantes soutiennent que le Tribunal a dénaturé les éléments de preuve relatifs à l'importance de la couverture médiatique des produits commercialisés sous la marque BOTOX et à l'étude de marché réalisée au cours des mois de septembre et d'octobre de l'année 2004 au Royaume-Uni et qu'il a fondé son appréciation relative à l'insertion du terme «BOTOX» dans plusieurs dictionnaires sur une distorsion des faits, il convient de constater que, tout en invoquant une dénaturation de ces éléments de preuve ou une distorsion des faits, les requérantes se bornent à contester la pertinence de ceux-ci par des affirmations générales et non étayées et visent, en réalité, à obtenir une nouvelle appréciation de ces éléments de preuve par la Cour.
- 77 Or, ainsi que cela ressort d'une jurisprudence constante de la Cour, telle que rappelée au point 74 du présent arrêt, de tels arguments doivent être rejetés comme irrecevables.
- 78 Enfin, s'agissant de l'irrecevabilité alléguée par les requérantes de la décision du 26 avril 2005 de l'United Kingdom Intellectual Property Office dès lors qu'elle concerne un litige différent, il convient de relever que les constatations figurant dans cette décision constituent, en soi, un fait qui peut, s'il est pertinent, être pris en considération par le Tribunal dans le cadre de son pouvoir d'appréciation souverain des faits afin d'établir la renommée des marques antérieures au Royaume-Uni. Par ailleurs, les requérantes n'ont formulé aucun argument de nature à contester l'exactitude des constatations figurant dans cette décision ni devant l'OHMI ni devant le Tribunal, ainsi qu'il ressort du point 58 de l'arrêt attaqué.
- 79 L'argument des requérantes tiré d'une prétendue irrecevabilité de la décision du 26 avril 2005 de l'United Kingdom Intellectual Property Office doit, dès lors, être rejeté comme non fondé.
- 80 Il s'ensuit que la deuxième branche du premier moyen doit être écartée en partie comme étant irrecevable et en partie comme étant non fondée.

Sur la troisième branche

– Argumentation des parties

- 81 Par la troisième branche du premier moyen, les requérantes font valoir que le Tribunal a commis une erreur de droit en confirmant l'existence d'un lien entre les marques antérieures BOTOX et les marques litigieuses sur la base de l'élément commun «bot» ou «boto», dans la mesure où cet élément commun est descriptif ou générique en tant qu'il se réfère à la «toxine botulique». Un tel lien ne devrait pas être établi dès lors que le demandeur d'une marque devrait être autorisé à inclure dans sa marque un tel élément descriptif.
- 82 Selon l'OHMI et Allergan, cette troisième branche doit être écartée comme irrecevable, au motif qu'elle concerne une question factuelle soumise à l'appréciation souveraine du Tribunal.

– Appréciation de la Cour

- 83 En tant que, par la troisième branche du premier moyen, les requérantes entendent contester l'analyse à laquelle le Tribunal s'est livré, aux points 70 à 73 de l'arrêt attaqué, pour établir que le préfixe «bot» ou «boto» n'est pas descriptif, il y a lieu de constater qu'une telle appréciation est de nature factuelle.
- 84 Or, ainsi qu'il ressort des articles 256 TFUE et 58 du statut de la Cour de justice de l'Union européenne, le pourvoi est limité aux questions de droit et, dès lors, le Tribunal est seul compétent pour constater les faits, sauf dans le cas où l'inexactitude matérielle de ses constatations résulterait des pièces du dossier qui lui ont été soumises, et pour apprécier ces faits. L'appréciation des faits ne constitue donc pas, sous réserve du cas de la dénaturation des éléments de preuve produits devant le Tribunal, une question de droit soumise, comme telle, au contrôle de la Cour (voir, notamment, arrêts du 5 juin 2003, O'Hannrachain/Parlement, C-121/01 P, Rec. p. I-5539, point 35, ainsi que du 2 avril 2009, Bouygues et Bouygues Télécom/Commission, C-431/07 P, Rec. p. I-2665, point 137).
- 85 Aucune dénaturation des faits ni des éléments de preuve soumis au Tribunal n'étant alléguée en ce qui concerne l'appréciation figurant aux points 70 à 73 de l'arrêt attaqué, il y a lieu d'écarter comme étant irrecevable cette troisième branche en tant qu'elle vise à contester cette appréciation.
- 86 En revanche, par ladite branche, les requérantes allèguent également que le demandeur d'une marque doit pouvoir inclure, dans la marque dont il demande l'enregistrement, un élément qui fait partie de la marque antérieure d'un tiers, dans la mesure où cet élément commun a un caractère descriptif. Il convient de constater qu'une telle argumentation soulève une question de droit soumise au contrôle de la Cour dans le cadre d'un pourvoi.
- 87 Il importe d'observer, à cet égard, que cette argumentation repose sur la prémisse selon laquelle l'élément commun «bot» ou «boto» serait descriptif.
- 88 Or, d'une part, il ressort des points 70 à 73 de l'arrêt attaqué que le Tribunal a considéré que le préfixe «bot» ou «boto» n'est pas descriptif. D'autre part, ainsi qu'il ressort des points 83 à 85 du présent arrêt, les arguments invoqués par les requérantes visant à remettre en cause cette appréciation ne peuvent être soumis à la Cour dans le cadre d'un pourvoi.
- 89 Dans ces conditions, la troisième branche du premier moyen en tant que les requérantes allèguent qu'elles auraient le droit d'inclure, dans les marques litigieuses, un élément commun à une marque antérieure, dans la mesure où cet élément a un caractère descriptif, est inopérante.
- 90 Il résulte de ce qui précède que la troisième branche du premier moyen doit être écartée.

Sur la quatrième branche

– Argumentation des parties

- 91 Par la quatrième branche du premier moyen, les requérantes soutiennent que le Tribunal a commis une erreur de droit en considérant comme établi le risque de préjudice porté à la renommée des marques antérieures. L'appréciation du Tribunal, au point 88 de l'arrêt attaqué, selon laquelle les marques litigieuses entendent concrètement profiter du caractère distinctif et de la renommée acquise par les marques antérieures BOTOX en matière de traitement des rides, ne serait étayée par aucun élément de preuve. Elles font également valoir que, si les marques litigieuses contenaient éventuellement une référence à la toxine botulique, elles ne visaient pas, ne souhaitaient pas ou ne voulaient pas être associées à la marque BOTOX qui est enregistrée pour des produits pharmaceutiques délivrés uniquement sur prescription médicale.
- 92 Selon l'OHMI et Allergan, cette branche doit être rejetée comme non fondée. En effet, le lien entre les marques antérieures et les marques litigieuses serait susceptible d'entraîner un détournement de la renommée des marques antérieures dans la mesure où il suggérerait que les produits cosmétiques des requérantes auraient un effet comparable à celui obtenu avec le produit BOTOX. Cela aurait pour effet d'amoinrir la valeur des marques antérieures.

– Appréciation de la Cour

- 93 Il convient de rappeler que, afin de bénéficier de la protection instaurée par l'article 8, paragraphe 5, du règlement n° 40/94, le titulaire de la marque antérieure doit rapporter la preuve que l'usage de la marque dont l'enregistrement est demandé tirerait indûment profit du caractère distinctif ou de la renommée de la marque antérieure ou qu'il leur porterait préjudice. À cette fin, le titulaire de la marque antérieure n'est pas tenu de démontrer l'existence d'une atteinte effective et actuelle à sa marque au sens dudit article 8, paragraphe 5. En effet, lorsqu'il est prévisible qu'une telle atteinte découlera de l'usage que le titulaire de la marque postérieure peut être amené à faire de sa marque, le titulaire de la marque antérieure ne saurait être obligé d'attendre la réalisation effective de celle-ci pour pouvoir faire interdire ledit usage. Le titulaire de la marque antérieure doit toutefois établir l'existence d'éléments permettant de conclure à un risque sérieux qu'une telle atteinte se produise dans le futur (voir, par analogie, arrêt du 27 novembre 2008, Intel Corporation, C-252/07, Rec. p. I-8823, points 37 et 38).
- 94 En outre, afin de déterminer si l'usage du signe tire indûment profit du caractère distinctif ou de la renommée de la marque, il convient de procéder à une appréciation globale qui tienne compte de tous les facteurs pertinents du cas d'espèce (arrêt du 18 juin 2009, L'Oréal e.a., C-487/07, Rec. p. I-5185, point 44).
- 95 Ainsi, c'est à juste titre que le Tribunal a considéré, au point 82 de l'arrêt attaqué, que le titulaire de la marque antérieure n'est pas tenu de démontrer l'existence d'une atteinte effective et actuelle à sa marque, mais il doit apporter des éléments permettant de conclure *prima facie* à un risque futur non hypothétique de profit indu ou de préjudice et qu'une telle conclusion peut être établie notamment sur la base de déductions logiques résultant d'une analyse des probabilités et en prenant en compte les pratiques habituelles dans le secteur commercial pertinent ainsi que toute autre circonstance de l'espèce.
- 96 Il y a également lieu de constater que c'est au terme de l'analyse de différents éléments que le Tribunal a conclu qu'il existait un lien entre les marques antérieures et les marques litigieuses. Il a ainsi retenu, notamment, aux points 70 à 72 de l'arrêt attaqué, le caractère commun aux marques en cause du préfixe «boto», lequel ne peut être considéré comme une abréviation de «botulique» ou «botulinum», aux points 73 et 74 de cet arrêt, l'acquisition du caractère distinctif du signe «BOTOX», au point 76

du dit arrêt, l'importance de la renommée des marques antérieures et, au point 78 du même arrêt, le fait que les produits concernés relèvent de «secteurs de marché voisins». Le Tribunal a également précisé que le public pertinent établira ce lien avant même d'associer les marques litigieuses au «botulinum». Le Tribunal a encore relevé, au point 88 de l'arrêt attaqué, que, lors de l'audience, les requérantes avaient reconnu que, même si leurs produits ne contenaient pas de toxine botulique, elles entendaient tout de même profiter de l'image qui était associée à ce produit, laquelle se retrouve dans la marque BOTOX.

- 97 Dans ces conditions, ainsi que M. l'avocat général l'a relevé au point 36 de ses conclusions, c'est au terme d'une appréciation globale des éléments pertinents du cas d'espèce que le Tribunal a conclu, au point 88 de l'arrêt attaqué, que les marques litigieuses entendent profiter du caractère distinctif et de la renommée acquise par les marques antérieures BOTOX. Par conséquent, l'argument des requérantes selon lequel la constatation de l'existence d'une intention parasitaire n'est étayée par aucun élément de preuve n'est pas fondé.
- 98 Par ailleurs, doit être rejeté l'argument des requérantes selon lequel, dans l'hypothèse où les marques litigieuses contenaient éventuellement une référence à la toxine botulique, elles ne visaient pas à être associées à la marque BOTOX. En effet, cet argument tend à remettre en cause l'appréciation du Tribunal selon laquelle le préfixe «boto» n'est pas descriptif et ne peut être considéré comme une référence à la toxine botulique et sur laquelle se fonde la constatation de celui-ci figurant au point 88 de l'arrêt attaqué. Or, une telle appréciation étant de nature factuelle, elle ne saurait être soumise au contrôle de la Cour dans le cadre d'un pourvoi, conformément à la jurisprudence rappelée au point 84 du présent arrêt.
- 99 Il s'ensuit que la quatrième branche du premier moyen doit être écartée. Partant, le premier moyen doit être rejeté dans son intégralité.

Sur le deuxième moyen

Argumentation des parties

- 100 Par leur deuxième moyen, les requérantes reprochent au Tribunal d'avoir violé l'article 115 du règlement n° 40/94 et la règle 38, paragraphe 2, du règlement n° 2868/95, au motif qu'il a rejeté le moyen dirigé contre la décision de la chambre de recours déclarant recevables les articles de presse rédigés en langue anglaise, alors qu'ils auraient dû être traduits dans la langue de procédure devant la chambre de recours, à savoir la langue française.
- 101 L'OHMI, soutenu par Allergan, considère que le deuxième moyen doit être rejeté comme non fondé, dans la mesure où la règle 38, paragraphe 2, du règlement n° 2868/95, qui traite de la procédure en nullité, ne prévoit pas de sanction si la demanderesse en nullité ne présente pas une traduction, dans la langue de procédure, des preuves fournies à l'appui de sa demande.

Appréciation de la Cour

- 102 Il convient de rappeler que, selon la jurisprudence, la règle selon laquelle les preuves présentées à l'appui de l'opposition ou de la demande en nullité ou en déchéance de la marque doivent être produites dans la langue de procédure ou être accompagnées d'une traduction dans cette langue se justifie par la nécessité de respecter le principe du contradictoire et l'égalité des armes entre les parties dans les procédures inter partes [voir, en ce sens, arrêts du Tribunal du 30 juin 2004, GE Betz/OHMI — Atofina Chemicals (BIOMATE), T-107/02, Rec. p. II-1845, point 72, et du 6 novembre 2007, SAEME/OHMI — Racke (REVIAN's), T-407/05, Rec. p. II-4385, point 35].

- 103 En l'occurrence, il ne saurait être considéré que l'absence de traduction des articles de presse produits en langue anglaise a affecté l'exercice des droits de la défense des requérantes, dans la mesure où elles ont été en mesure de contester devant le Tribunal la valeur probante de ces articles, où elles admettent, au point 112 de leur pourvoi, avoir compris le contenu de ceux-ci et où la langue anglaise était la langue de procédure du recours devant le Tribunal.
- 104 En outre, il y a lieu de constater, ainsi que le Tribunal l'a relevé au point 54 de l'arrêt attaqué, que les requérantes n'ont, ni devant la division d'annulation ni devant la chambre de recours, émis aucune objection ou contestation quant à la prise en compte des éléments de preuve produits en langue anglaise et accompagnant la demande en nullité des marques litigieuses.
- 105 Par conséquent, le deuxième moyen doit être rejeté comme non fondé.

Sur le quatrième moyen

- 106 Dans un souci de bonne administration de la justice, il convient de traiter le quatrième moyen avant le troisième.

Argumentation des parties

- 107 Par leur quatrième moyen, les requérantes reprochent au Tribunal d'avoir violé l'article 73 du règlement n° 40/94 en rejetant leur moyen tiré de l'absence de motivation des décisions litigieuses en ce qui concerne la conclusion de l'existence d'une renommée des marques antérieures BOTOX ainsi que d'un risque de préjudice pour celles-ci.
- 108 L'OHMI soutient que le quatrième moyen doit être rejeté comme irrecevable dans la mesure où les requérantes se limiteraient à reproduire le moyen qu'elles ont déjà invoqué devant le Tribunal.
- 109 En tout état de cause, selon l'OHMI et Allergan, ce moyen doit être rejeté comme non fondé dans la mesure où la chambre de recours ne serait pas tenue de motiver expressément ses appréciations quant à la valeur de chaque élément de preuve qui lui a été soumis ni d'étayer sa motivation par des faits.

Appréciation de la Cour

- 110 Il y a lieu de relever, tout d'abord, que, en alléguant que le Tribunal a violé l'article 73 du règlement n° 40/94 en rejetant leur moyen tiré du défaut de motivation des décisions litigieuses, les requérantes contestent l'interprétation ou l'application du droit de l'Union effectuée par le Tribunal. Ainsi, les points de droit examinés en première instance peuvent être de nouveau discutés au cours de la procédure de pourvoi. En effet, si un requérant ne pouvait fonder de la sorte son pourvoi sur des moyens et des arguments déjà utilisés devant le Tribunal, ladite procédure serait privée d'une partie de son sens (voir, notamment, arrêts du 6 mars 2003, Interporc/Commission, C-41/00 P, Rec. p. I-2125, point 17, et du 18 décembre 2008, Les Éditions Albert René/OHMI, C-16/06 P, Rec. p. I-10053, point 110). Le quatrième moyen est dès lors recevable.
- 111 Ensuite, il y a lieu de rappeler, ainsi que l'a indiqué à juste titre le Tribunal au point 92 de l'arrêt attaqué, que l'obligation de motivation des décisions de l'OHMI visée à l'article 73 du règlement n° 40/94 répond au double objectif de permettre, d'une part, aux intéressés de connaître les justifications de la mesure prise afin de défendre leurs droits et, d'autre part, au juge de l'Union d'exercer son contrôle sur la légalité de la décision.
- 112 Une telle obligation peut être satisfaite sans qu'il soit nécessaire de répondre expressément et de manière exhaustive à l'ensemble des arguments avancés par un requérant.

- 113 En l'occurrence, le Tribunal a relevé, au point 93 de l'arrêt attaqué, que la chambre de recours avait exposé, dans les décisions litigieuses, les raisons pour lesquelles la marque BOTOX était renommée. Il a indiqué, à cet égard, que ces «raisons ressortent en effet tant du résumé des faits pertinents pour l'analyse que de l'analyse juridique proprement dite effectuée par la chambre de recours dans les décisions [litigieuses]».
- 114 Force est encore de constater que les arguments détaillés présentés par les requérantes devant le Tribunal, résumés au point 27 de l'arrêt attaqué, en vue de contester la valeur probante des différents éléments de preuve de la renommée de ladite marque ou la recevabilité de ceux-ci démontrent que les requérantes ont été en mesure de faire valoir leur droit de la défense.
- 115 Partant, le Tribunal a pu, sans commettre d'erreur de droit, rejeter le moyen tiré de l'insuffisance de motivation des décisions litigieuses en ce qui concerne l'existence d'une renommée de la marque BOTOX.
- 116 En ce qui concerne la motivation relative au risque de préjudice causé aux marques antérieures, si le Tribunal a certes relevé que celle-ci était lapidaire, il a cependant considéré que les décisions litigieuses contiennent les motifs permettant d'établir que, par les marques litigieuses, les requérantes visaient à tirer indûment profit du caractère distinctif des marques antérieures. Le Tribunal s'est référé à cet égard aux points 42 à 44 de la décision Helena Rubinstein et 43 à 45 de la décision L'Oréal, lesquels sont repris au point 86 de l'arrêt attaqué. Il a ajouté que les requérantes disposaient de toutes les informations pertinentes pour leur permettre de contester cette motivation dans le cadre de leur recours devant lui.
- 117 Il convient en outre de constater que les requérantes se bornent à soutenir, de façon péremptoire, que les décisions litigieuses ne sont pas motivées à cet égard, sans toutefois avancer le moindre argument au soutien de leur allégation ni démontrer en quoi cette prétendue absence de motivation aurait affecté l'exercice de leur droit de recours.
- 118 Dans ces conditions, le Tribunal n'a pas commis d'erreur de droit en rejetant le moyen tiré du défaut de motivation des décisions litigieuses en ce qui concerne le risque de préjudice causé aux marques antérieures.
- 119 Il s'ensuit que le quatrième moyen doit être rejeté comme non fondé.

Sur le troisième moyen

Argumentation des parties

- 120 Par leur troisième moyen, les requérantes soutiennent que le Tribunal a méconnu l'article 63 du règlement n° 40/94. Ce moyen est divisé en deux branches.
- 121 Par la première branche dudit moyen, les requérantes considèrent que le Tribunal, lors de l'analyse de la renommée des marques antérieures, d'une part, a pris en compte des marques différentes de celles retenues par la division d'annulation et la chambre de recours et, d'autre part, a procédé à un examen spécifique des éléments de preuve soumis par Allergan, en l'absence de toute analyse de la chambre de recours à cet égard.
- 122 Par la seconde branche de ce même moyen, les requérantes reprochent au Tribunal d'avoir, à tort, pris en considération des éléments de preuve de la renommée des marques antérieures BOTOX soumis pour la première fois devant la chambre de recours et dont la recevabilité avait été contestée par les requérantes, à savoir une déclaration d'un dirigeant d'Allergan et une étude de marché. La chambre de recours n'aurait pas tenu compte de ces éléments, puisqu'elle se serait fondée uniquement sur la publicité indirecte et une intense couverture médiatique.

- 123 L'OHMI, soutenu par Allergan, soutient que le troisième moyen doit être rejeté comme non fondé, au motif que le Tribunal n'aurait pas dépassé les limites de son contrôle juridictionnel.
- 124 En ce qui concerne la première branche de ce moyen, il rappelle que la chambre de recours n'est pas tenue de motiver de manière expresse ses appréciations quant à la valeur de chaque élément de preuve qui lui a été soumis. Le Tribunal n'aurait fait que traiter chacun des arguments soulevés par les requérantes dans leur recours.
- 125 En ce qui concerne la seconde branche dudit moyen, il y aurait lieu de présumer que la chambre de recours a jugé la déclaration du dirigeant d'Allergan et l'étude de marché comme des éléments de preuve recevables, dès lors que, si elle avait considéré ces éléments comme étant produits tardivement, elle aurait dû prendre expressément position sur leur recevabilité, conformément à l'article 74, paragraphe 2, du règlement n° 40/94.

Appréciation de la Cour

- 126 S'agissant de la première branche du troisième moyen, il convient de rejeter, pour les raisons exposées dans le cadre de l'examen de la première branche du premier moyen, le grief tiré de ce que le Tribunal aurait commis une erreur de droit en se fondant sur des marques antérieures différentes, à savoir les deux marques nationales enregistrées au Royaume-Uni, de celles retenues par la division d'annulation et la chambre de recours.
- 127 S'agissant du grief relatif à l'examen spécifique par le Tribunal de chaque élément de preuve de la renommée des marques antérieures soumis par Allergan, d'une part, il y a lieu de constater que celui-ci repose sur la prémisse que la chambre de recours n'aurait pas procédé à une analyse individuelle de tels éléments de preuve, laquelle repose à son tour sur la constatation que les décisions litigieuses ne sont pas motivées quant à la valeur probante de chaque élément de preuve. Or, ainsi qu'il ressort de l'examen du quatrième moyen, les décisions litigieuses sont motivées à suffisance de droit en ce qui concerne la constatation de la renommée des marques antérieures et la chambre de recours n'était donc pas tenue de motiver de manière expresse ses appréciations quant à la valeur probante de chaque élément de preuve.
- 128 D'autre part, dans la mesure où les requérantes ont contesté chaque élément de preuve du point de vue de sa valeur probante et/ou de sa recevabilité, le Tribunal a été amené à examiner les arguments des requérantes et à y répondre. C'est, par conséquent, au terme d'une analyse de ces éléments que le Tribunal a jugé que les décisions litigieuses n'étaient entachées d'aucune erreur de droit, ainsi que M. l'avocat général l'a relevé au point 50 de ses conclusions. Cette branche doit, par conséquent, être écartée.
- 129 S'agissant de la seconde branche du troisième moyen, il convient de relever que les requérantes se bornent à alléguer que la chambre de recours s'est fondée uniquement sur la publicité indirecte et une intense campagne médiatique pour établir la renommée de la marque BOTOX. Or, il suffit de constater que, selon la chambre de recours, la renommée de cette marque résulte surtout de la publicité indirecte du produit par les médias. En utilisant le terme «surtout», la chambre de recours a privilégié l'élément probatoire relatif à l'intense campagne médiatique lancée au début des années 2000 en vue d'établir la renommée de la marque BOTOX sans pour autant exclure les autres éléments de preuve soumis par Allergan.
- 130 Il s'ensuit que les requérantes n'ont avancé aucun argument de nature à remettre en cause l'affirmation du Tribunal selon laquelle la chambre de recours a pris en considération la déclaration du dirigeant d'Allergan et l'étude de marché en tant qu'éléments de preuve de la renommée de la marque BOTOX. Au contraire, ainsi que cela ressort des points 44 et 45 des requêtes introduites devant le Tribunal, les requérantes ont soutenu devant celui-ci que ces preuves avaient été à tort prises en considération par la chambre de recours.
- 131 Dans ces conditions, il ne saurait être reproché au Tribunal d'avoir violé l'article 63 du règlement n° 40/94 et la seconde branche du troisième moyen doit, dès lors, être écartée comme non fondée.

- 132 Le troisième moyen doit, partant, être rejeté comme non fondé.
- 133 Il résulte de l'ensemble des considérations qui précèdent que le pourvoi doit être rejeté dans son intégralité.

Sur les dépens

- 134 Aux termes de l'article 69, paragraphe 2, du règlement de procédure, applicable à la procédure de pourvoi en vertu de l'article 118 du même règlement, toute partie qui succombe est condamnée aux dépens, s'il est conclu en ce sens. L'OHMI ayant conclu à la condamnation d'Helena Rubinstein et de L'Oréal, et celles-ci ayant succombé en leurs moyens, il y a lieu de les condamner aux dépens.

Par ces motifs, la Cour (première chambre) déclare et arrête:

- 1) Le pourvoi est rejeté.**
- 2) Helena Rubinstein SNC et L'Oréal SA sont condamnées aux dépens.**

Signatures