



## Recueil de la jurisprudence

ARRÊT DU TRIBUNAL (huitième chambre)

13 juin 2012 \*

« Marque communautaire — Procédure d'opposition — Demande de marque communautaire verbale HELLIM — Marque communautaire collective verbale antérieure HALLOUMI — Motif relatif de refus — Risque de confusion — Article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement (CE) n° 207/2009 — Droit d'être entendu — Article 63, paragraphe 2, du règlement n° 207/2009 »

Dans l'affaire T-534/10,

**Organismos Kypriakis Galaktokomikis Viomichanias**, établi à Nicosie (Chypre), représenté initialement par M<sup>es</sup> C. Milbradt et H. Van Volxem, puis par M<sup>es</sup> Milbradt et A. Schwarz, avocats,

partie requérante,

contre

**Office de l'harmonisation dans le marché intérieur (marques, dessins et modèles) (OHMI)**, représenté par M. G. Schneider, en qualité d'agent,

partie défenderesse,

l'autre partie à la procédure devant la chambre de recours de l'OHMI ayant été

**Garmo AG**, établie à Stuttgart (Allemagne),

ayant pour objet un recours formé contre la décision de la quatrième chambre de recours de l'OHMI du 20 septembre 2010 (affaire R 794/2010-4), relative à une procédure d'opposition entre l'Organismos Kypriakis Galaktokomikis Viomichanias et Garmo AG,

LE TRIBUNAL (huitième chambre),

composé de M. L. Truchot, président, M<sup>me</sup> M. E. Martins Ribeiro (rapporteur) et M. H. Kanninen, juges,

greffier : M<sup>me</sup> J. Weychert, administrateur,

vu la requête déposée au greffe du Tribunal le 22 novembre 2010,

vu le mémoire en réponse déposé au greffe du Tribunal le 21 mars 2011,

vu la décision du 15 avril 2011 refusant d'autoriser le dépôt d'un mémoire en réplique,

à la suite de l'audience du 16 novembre 2011,

\* Langue de procédure : l'allemand.

rend le présent

## Arrêt

### Antécédents du litige

- 1 Le 24 octobre 2005, Garmo AG 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 11, p. 1), tel que modifié [remplacé par le règlement (CE) n° 207/2009 du Conseil, du 26 février 2009, sur la marque communautaire (JO L 78, p. 1)].
- 2 La marque dont l'enregistrement a été demandé est le signe verbal HELLIM.
- 3 Les produits pour lesquels l'enregistrement a été demandé relèvent de la classe 29 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 notamment à la description suivante : « Lait et produits laitiers ».
- 4 La demande de marque communautaire a été publiée au *Bulletin des marques communautaires* n° 14/2006, du 3 avril 2006.
- 5 Le 26 juin 2006, le requérant, l'Organismos Kypriakis Galaktokomikis Viomichanias, a formé opposition au titre de l'article 42 du règlement n° 40/94 (devenu article 41 du règlement n° 207/2009), à l'enregistrement de la marque demandée pour les produits visés au point 3 ci-dessus.
- 6 L'opposition était fondée sur la marque communautaire collective verbale antérieure HALLOUMI, demandée le 22 février 1999 et enregistrée le 14 juillet 2000, sous le numéro 1082965, désignant les produits relevant de la classe 29 et correspondant à la description suivante : « Fromage ».
- 7 Le motif invoqué à l'appui de l'opposition était celui visé à l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 40/94 [devenu article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 207/2009].
- 8 Par décision du 10 mars 2010, la division d'opposition a rejeté l'opposition au motif que, nonobstant l'identité ou la similitude des produits en cause, il n'existait pas de risque de confusion entre les signes HELLIM et HALLOUMI. La division d'opposition a constaté que les signes en conflit n'étaient pas visuellement et phonétiquement similaires. Conceptuellement, les signes en conflit présenteraient une certaine similitude pour les consommateurs, étant donné que les deux termes seraient utilisés pour désigner un fromage spécial. Par ailleurs, le caractère distinctif de la marque antérieure serait faible à Chypre, le terme « halloumi » désignant un fromage spécial chypriote. En raison de ce caractère descriptif de la marque antérieure, la similitude conceptuelle ne saurait compenser les différences visuelles et phonétiques entre les signes en conflit, en sorte qu'il n'existerait pas de risque de confusion.
- 9 Le 7 mai 2010, le requérant a formé un recours auprès de l'OHMI, au titre des articles 58 à 64 du règlement n° 207/2009, contre la décision de la division d'opposition.
- 10 Par décision du 20 septembre 2010 (ci-après la « décision attaquée »), la quatrième chambre de recours a rejeté le recours. Premièrement, au point 18 de la décision attaquée, elle s'est ralliée aux conclusions de la division d'opposition, qui n'ont pas été contestées par les parties, selon lesquelles les produits en cause étaient identiques ou similaires. Deuxièmement, la chambre de recours a estimé, aux points 21 et 22 de la décision attaquée, que, sur les plans visuel et phonétique, la similitude des signes en conflit était faible. Sur le plan conceptuel, elle a constaté, au point 23 de la décision attaquée, que le turc n'était pas une

langue officielle de l'Union européenne, en sorte que l'éventuelle signification du mot « hellim » en langue turque n'était pas déterminante pour l'évaluation du risque de confusion. Par ailleurs, à supposer même que le public reconnaît la désignation d'un fromage spécial chypriote, cela n'aurait pas d'incidence, dès lors qu'il s'agirait d'une signification purement descriptive qui ne pourrait pas être utilisée comme fondement de la comparaison des signes. La comparaison conceptuelle serait donc neutre. Troisièmement, s'agissant du risque de confusion, la chambre de recours a considéré, au point 26 de la décision attaquée, que le fait que la marque antérieure soit collective n'avait pas pour conséquence que ladite marque avait un caractère distinctif moyen. La chambre de recours a relevé que la marque collective se distinguait de la marque individuelle par le fait que le motif de refus de l'indication géographique descriptive ne s'appliquait pas à elle, dès lors que la marque collective distinguait les produits qu'elle protégeait selon leur provenance d'un collectif de fabricants régionaux. En tenant compte du faible caractère distinctif de la marque antérieure ainsi que de la faible similitude visuelle et phonétique des signes en conflit, la chambre de recours a conclu, au point 30 de la décision attaquée, qu'il n'existait pas de risque de confusion, même en présence de produits identiques et similaires.

### **Conclusions des parties**

- 11 Le requérant conclut à ce qu'il plaise au Tribunal :
  - annuler la décision attaquée ;
  - condamner l'OHMI aux dépens, y compris ceux exposés dans le cadre de la procédure devant la chambre de recours.
- 12 L'OHMI conclut à ce qu'il plaise au Tribunal :
  - rejeter le recours ;
  - condamner le requérant aux dépens.

### **En droit**

- 13 À l'appui du recours, le requérant invoque deux moyens, tirés d'une violation, d'une part, de l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 207/2009, au motif qu'il existerait un risque de confusion et, d'autre part, de l'article 63, paragraphe 2, dudit règlement, au motif que son droit d'être entendu n'aurait pas été respecté.

*Sur le premier moyen, tiré de la violation de l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 207/2009*

- 14 Le requérant fait principalement grief à la chambre de recours d'avoir considéré, d'une part, que les signes en conflit avaient un faible degré de similitudes visuelle et phonétique et, d'autre part, que la comparaison conceptuelle était neutre.
- 15 Aux termes de l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 207/2009, sur opposition du titulaire d'une marque antérieure, la marque demandée est refusée à l'enregistrement lorsque, « en raison de son identité ou de sa similitude avec la marque antérieure et en raison de l'identité ou de la similitude des produits ou des services que les deux marques désignent, il existe un risque de confusion dans l'esprit du public du territoire [sur] lequel la marque antérieure est protégée ; le risque de confusion comprend le risque d'association avec la marque antérieure ».
- 16 Selon une jurisprudence constante, constitue un risque de confusion le risque que le public puisse croire que les produits ou les services en cause proviennent de la même entreprise ou, le cas échéant, d'entreprises liées économiquement [voir arrêt du Tribunal du 10 septembre 2008, Boston

Scientific/OHMI — Terumo (CAPIO), T-325/06, non publié au Recueil, point 70, et la jurisprudence citée ; voir également, par analogie, arrêts de la Cour du 29 septembre 1998, Canon, C-39/97, Rec. p. I-5507, point 29, et du 22 juin 1999, Lloyd Schuhfabrik Meyer, C-342/97, Rec. p. I-3819, point 17].

- 17 En outre, il est constant que le risque de confusion dans l'esprit du public doit être apprécié globalement en tenant compte de tous les facteurs pertinents du cas d'espèce (voir arrêt CAPIO, point 16 supra, point 71, et la jurisprudence citée ; voir également, par analogie, arrêts de la Cour du 11 novembre 1997, SABEL, C-251/95, Rec. p. I-6191, point 22 ; Canon, point 16 supra, point 16, et Lloyd Schuhfabrik Meyer, point 16 supra, point 18).
- 18 Cette appréciation globale implique une certaine interdépendance des facteurs pris en compte et, notamment, de la similitude des marques et de celle des produits ou des services désignés. Ainsi, un faible degré de similitude entre les produits ou les services désignés peut être compensé par un degré élevé de similitude entre les marques, et inversement [arrêt de la Cour du 13 septembre 2007, Il Ponte Finanziaria/OHMI, C-234/06 P, Rec. p. I-7333, point 48 ; arrêt du Tribunal du 23 octobre 2002, Matratzen Concord/OHMI — Hukla Germany (MATRATZEN), T-6/01, Rec. p. II-4335, point 25 ; voir également, par analogie, arrêt Canon, point 16 supra, point 17]. L'interdépendance de ces facteurs trouve son expression au huitième considérant du règlement n° 207/2009, selon lequel il y a lieu d'interpréter la notion de similitude en relation avec le risque de confusion, dont l'appréciation dépend de nombreux facteurs, notamment, de la connaissance de la marque sur le marché, de l'association qui peut en être faite avec le signe utilisé ou enregistré, du degré de similitude entre la marque et le signe et entre les produits ou les services désignés (voir arrêt CAPIO, point 16 supra, point 72, et la jurisprudence citée).
- 19 Par ailleurs, comme le risque de confusion est d'autant plus élevé que le caractère distinctif de la marque antérieure s'avère important, les marques qui ont un caractère distinctif élevé soit intrinsèquement, soit en raison de la connaissance de celles-ci sur le marché, jouissent d'une protection plus étendue que celles dont le caractère distinctif est moindre (voir arrêt Lloyd Schuhfabrik Meyer, point 16 supra, point 20, et la jurisprudence citée).
- 20 Dès lors, aux fins de l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 207/2009, il peut exister un risque de confusion, malgré un faible degré de similitude entre les marques, lorsque la similitude des produits ou des services couverts par elles est grande et que le caractère distinctif de la marque antérieure est fort (voir arrêt Lloyd Schuhfabrik Meyer, point 16 supra, point 21, et la jurisprudence citée).
- 21 Enfin, il convient de rappeler que, aux fins de l'appréciation globale du risque de confusion, le consommateur moyen des produits concernés est censé être normalement informé et raisonnablement attentif et avisé. Par ailleurs, il convient de tenir compte du fait que le consommateur moyen n'a que rarement la possibilité de procéder à une comparaison directe des différentes marques, mais doit se fier à l'image imparfaite de celles-ci qu'il a gardée en mémoire. Il y a lieu également de prendre en considération le fait que le niveau d'attention du consommateur moyen est susceptible de varier en fonction de la catégorie de produits ou de services en cause [arrêts du Tribunal du 23 octobre 2002, Oberhauser/OHMI — Petit Liberto (Fifties), T-104/01, Rec. p. II-4359, point 28, et du 30 juin 2004, BMI Bertollo/OHMI — Diesel (DIESELIT), T-186/02, Rec. p. II-1887, point 38 ; voir également, par analogie, arrêt Lloyd Schuhfabrik Meyer, point 16 supra, point 26].
- 22 En l'espèce, c'est à juste titre que la chambre de recours a constaté, au point 17 de la décision attaquée, sans que cela soit contesté par le requérant, que le public pertinent était composé du grand public de l'Union, dès lors que, d'une part, les produits en cause étaient des aliments d'usage quotidien et que, d'autre part, la marque antérieure était une marque communautaire.

#### Sur la comparaison des signes

- 23 En premier lieu, s'agissant de la similitude visuelle, il convient de constater, ainsi qu'il ressort du point 21 de la décision attaquée, que les signes en conflit ont en commun la première des lettres qui les composent, à savoir la lettre « h », ainsi que la suite de lettres « ll » et qu'ils comportent, en fin de

mot, les lettres « i » et « m », mais dans un ordre différent, à savoir « mi » et « im ». Cependant, visuellement, les différences provenant de la structure respective des mots, de l'emploi de voyelles différentes, de l'agencement des lettres et de leur longueur font que, globalement, les signes en conflit ne sont pas, ainsi que l'avait d'ailleurs déjà constaté la division d'opposition, visuellement similaires [voir, en ce sens, arrêt du Tribunal du 9 avril 2003, Durferrit/OHMI — Kolene (NU-TRIDE), T-224/01, Rec. p. II-1589, point 46].

- 24 À cet égard, l'argumentation du requérant, selon laquelle il existerait un degré moyen de similitude visuelle au motif que cinq des six lettres de la marque demandée se retrouveraient dans la marque antérieure, à savoir les lettres « h », « i » et « m » ainsi que les deux « l », ne saurait être accueillie, eu égard à la nécessité d'une appréciation d'ensemble des divers éléments constituant les signes en conflit, en particulier leur composition et leur longueur ainsi que la disposition des lettres composant lesdits signes.
- 25 En deuxième lieu, en ce qui concerne la similitude phonétique, il est exact, ainsi que l'a relevé la chambre de recours au point 22 de la décision attaquée, que la marque demandée comporte deux syllabes, tandis que la marque antérieure en comporte trois. Par ailleurs, les sonorités découlant des syllabes respectives des signes en conflit sont différentes. En effet, à l'exception des premières syllabes des signes en conflit, à savoir « he » et « ha », qui peuvent comporter une certaine similitude, les suites desdits signes sont, compte tenu de l'emploi de voyelles différentes, de l'agencement et du nombre des lettres qui les composent, très différentes, en sorte que, globalement, les signes en conflit ne sont pas, ainsi que l'avait déjà constaté la division d'opposition, phonétiquement similaires (voir, en ce sens, arrêt NU-TRIDE, point 23 supra, point 47).
- 26 À cet égard, le requérant a ajouté, lors de l'audience, que l'examen de la chambre de recours avait été effectué de manière erronée, puisque, selon lui, le mot « hellim » serait prononcé par une partie du public pertinent comme « hellimi ». En effet, le public chypriote aurait tendance à ajouter une voyelle à la terminaison des mots qui n'en comportent pas. Il s'ensuivrait qu'il existerait un degré moyen de similitude phonétique.
- 27 L'OHMI fait valoir que cet élément factuel n'a pas été soulevé dans le cadre de la procédure administrative et qu'il s'agit d'un élément nouveau.
- 28 Il convient de relever que, aux termes de l'article 76, paragraphe 1, du règlement n° 207/2009, 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. Il s'ensuit que, s'agissant d'un motif relatif de refus d'enregistrement, des éléments de droit et de fait qui sont invoqués devant le Tribunal sans avoir été portés auparavant devant la chambre de recours ne sauraient affecter la légalité d'une décision de ladite chambre [arrêt de la Cour du 13 mars 2007, OHMI/Kaul, C-29/05 P, Rec. p. I-2213, point 54 ; arrêts du Tribunal du 15 février 2005, Cervecería Modelo/OHMI — Modelo Continente Hipermercados (NEGRA MODELO), T-169/02, Rec. p. II-505, point 22, et du 17 mars 2010, Mäurer + Wirtz/OHMI — Exportaciones Aceiteras Fedeoliva (tosca de FEDEOLIVA), T-63/07, Rec. p. II-957, point 22].
- 29 Il s'ensuit que, dans le cadre du contrôle de légalité des décisions des chambres de recours, confié au Tribunal en vertu de l'article 65 du règlement n° 207/2009, des éléments de droit et de fait qui sont invoqués devant le Tribunal sans avoir été portés auparavant devant les instances de l'OHMI ne peuvent être examinés pour apprécier la légalité de la décision de la chambre de recours et doivent, par conséquent, être déclarés irrecevables (arrêts NEGRA MODELO, point 28 supra, points 22 et 23, et tosca de FEDEOLIVA, point 28 supra, point 23).
- 30 Or, il ne ressort pas du dossier de l'OHMI que le requérant a invoqué, dans le cadre de la procédure administrative, que le public chypriote prononcerait le mot « hellim » en ajoutant un « i » à la terminaison de ce mot. Au surplus, alors même que la division d'opposition avait constaté, à la différence de la chambre de recours, qu'il n'existait aucune similitude phonétique entre les signes en conflit, il eût appartenu au requérant de faire valoir, dans le cadre de son recours devant la chambre de recours, que la marque demandée pouvait être prononcée « hellimi », ce qu'il s'est abstenu de faire.

- 31 Il s'ensuit que, conformément à la jurisprudence mentionnée aux points 28 et 29 ci-dessus, l'argument soulevé par le requérant au stade de la procédure orale doit être rejeté comme irrecevable.
- 32 Au demeurant, force est de constater que le requérant n'a nullement étayé, par des éléments tangibles, l'affirmation selon laquelle le mot « hellim » serait prononcé par le public chypriote comme « hellimi ».
- 33 En tout état de cause, à supposer même que le requérant soit recevable à invoquer cet argument au stade de la requête comme il prétend l'avoir fait, il convient de relever que cette dernière est, sur ce point spécifique, rédigée ainsi : « De plus, on peut se demander sur quelle langue la chambre de recours s'est basée lorsqu'elle a conclu que la suite de voyelles de 'Hellim' a une sonorité plus claire que celle de 'Halloumi'. En anglais, la prononciation de la lettre 'a' ressemble à la lettre 'e', ce qui renforce considérablement la similitude sonore. »
- 34 Contrairement à ce qu'a prétendu le requérant lors de l'audience, il ne ressort nullement de cet énoncé que celui-ci s'est prévalu de la prétendue prononciation par le public chypriote du mot « hellimi ».
- 35 Par ailleurs, force est de constater que, si le requérant avait entendu se prévaloir devant le Tribunal de cette prétendue prononciation par le public chypriote, il aurait nécessairement mis en cause la constatation de la chambre de recours, figurant au point 22 de la décision attaquée consacré à l'examen de la similitude phonétique, selon laquelle la marque antérieure comportait trois syllabes et la marque demandée deux syllabes, dans la mesure où, contrairement au mot « hellim », le mot « hellimi » se composerait de trois syllabes, à savoir « hel », « li » et « mi ». Or, il n'a pas non plus contesté cette constatation dans le cadre de son recours.
- 36 En troisième lieu, s'agissant de la similitude conceptuelle, la chambre de recours a considéré, au point 23 de la décision attaquée, que la comparaison conceptuelle était neutre. À cet égard, elle a, d'abord, constaté que le turc ne figurait pas au nombre des langues officielles de l'Union, en sorte qu'une éventuelle signification du mot turc « hellim » n'était pas déterminante pour l'évaluation du risque de confusion. La chambre de recours a, ensuite, considéré que, même si le public reconnaissait la désignation d'un fromage spécial chypriote, cela n'aurait pas plus d'influence sur l'évaluation de la similitude des signes, puisqu'il s'agirait alors d'une signification purement descriptive ne pouvant être utilisée comme fondement de la comparaison des signes.
- 37 Cette analyse ne saurait être entérinée.
- 38 En effet, ainsi d'ailleurs que le reconnaît l'OHMI dans son mémoire en réponse, si le turc ne figure pas au nombre des langues officielles de l'Union, il est toutefois constant qu'il figure parmi les langues officielles de la République de Chypre. Dès lors, il convient d'en conclure que le turc sera compris et parlé par une partie de la population de Chypre.
- 39 Dans le cadre de la similitude conceptuelle, c'est le point de vue du consommateur d'un territoire de l'Union pour lequel les deux mots auraient une signification qu'il convient de prendre en considération.
- 40 Or, s'agissant de l'analyse concernant la signification précise des mots composant les signes en conflit, il y a lieu de constater que la comparaison conceptuelle ne saurait être neutre, dès lors qu'il existe une signification précise des signes dans la langue du public pertinent [voir, a contrario, arrêt du Tribunal du 23 octobre 2002, Institut für Lernsysteme/OHMI — Educational Services (ELS), T-388/00, Rec. p. II-4301, point 74].
- 41 En l'espèce, il est constant que, sur le plan conceptuel, le mot grec « halloumi » se traduit en turc par le mot « hellim ». Dans cette perspective, il ne saurait être contesté que le consommateur moyen de Chypre, où le grec et le turc sont les langues officielles, comprendra que les mots « halloumi » ou

« hellim » renvoient, tous deux, au même fromage spécial chypriote [voir, en ce sens, arrêt du Tribunal du 9 mars 2005, *Osotspa/OHMI — Distribution & Marketing (Hai)*, T-33/03, Rec. p. II-763, point 51, et, concernant la marque collective Rioja et la marque demandée Riojavina, arrêt du Tribunal du 9 juin 2010, *Muñoz Arraiza/OHMI — Consejo Regulador de la Denominación de Origen Calificada Rioja (RIOJAVINA)*, T-138/09, Rec. p. II-2317, point 52].

- 42 Il s'ensuit qu'il existe une certaine similitude conceptuelle, nécessitant une traduction préalable (voir, en ce sens, arrêt Hai, point 41 supra, point 53).
- 43 Dès lors, il convient de vérifier si, ainsi que l'a considéré la chambre de recours dans la décision attaquée, il n'existe pas de risque de confusion entre les signes en conflit.

#### Sur le risque de confusion

- 44 D'une part, il résulte d'une jurisprudence constante que le risque de confusion est d'autant plus élevé que le caractère distinctif de la marque antérieure s'avère important. Il ne saurait dès lors être exclu que la similitude conceptuelle découlant du fait que deux marques utilisent des signes qui concordent dans leur contenu sémantique puisse créer un risque de confusion dans un cas où la marque antérieure possède un caractère distinctif particulier soit intrinsèquement, soit en raison de la connaissance de celle-ci sur le marché [voir arrêt Hai, point 41 supra, point 56, et la jurisprudence citée ; voir, également, arrêt SABEL, point 17 supra, point 24, et arrêt du Tribunal du 18 février 2004, *Koubi/OHMI — Flabesa (CONFORFLEX)*, T-10/03, Rec. p. II-719, point 50].
- 45 D'autre part, selon cette même jurisprudence, la simple similitude conceptuelle entre les marques ne suffit pas pour créer un risque de confusion dans des circonstances où la marque antérieure ne jouit pas d'une notoriété particulière et consiste en un signe présentant peu d'éléments imaginaires (arrêts SABEL, point 17 supra, point 25, et Hai, point 41 supra, point 55).
- 46 Aux points 25 à 27 de la décision attaquée, la chambre de recours a, en substance, considéré que le caractère distinctif de la marque antérieure était affaibli par la signification descriptive du mot « halloumi », en sorte que la marque antérieure était descriptive du produit concerné, à savoir du fromage. Ce signe décrivait, selon le point 27 de la décision attaquée, « la nature et l'espèce du fromage ainsi désigné et non son origine géographique ou d'autres caractéristiques marquées par des particularités régionales ».
- 47 Le requérant prétend, au contraire, que les particularités résultant du fait que la marque antérieure est une marque collective, laquelle indiquerait non seulement que le fromage provient de certaines entreprises, à savoir de ses membres, mais également et obligatoirement que ledit fromage a une origine géographique (lieu de production spécifique, recette spéciale à base de lait de Chypre), n'ont pas été suffisamment prises en considération. Ainsi, les caractéristiques spécifiques de la marque collective, dont le dépôt est privilégié par l'article 66, paragraphe 2, du règlement n° 207/2009, ne pourraient nuire au requérant ou suggérer un affaiblissement du caractère distinctif de ladite marque, mais devraient plutôt conduire à présumer l'existence d'un caractère distinctif au moins moyen.
- 48 Cette argumentation ne saurait être accueillie.
- 49 En effet, à titre liminaire, il convient d'observer que l'article 66, paragraphe 2, du règlement n° 207/2009 prévoyant une exception au motif de refus prévu à l'article 7, paragraphe 1, sous c), dudit règlement, il doit être interprété strictement [arrêt du Tribunal du 17 mai 2011, *Consejo Regulador de la Denominación de Origen Txakoli de Álava e.a./OHMI (TXAKOLI)*, T-341/09, Rec. p. II-2373, point 35].
- 50 Ainsi que l'indique à juste titre l'OHMI, s'il est exact que l'article 66, paragraphe 2, du règlement n° 207/2009 permet l'enregistrement de marques collectives, nonobstant le fait qu'elles pourraient relever de l'article 7, paragraphe 1, sous c), dudit règlement, il ressort expressément de l'article 66,

paragraphe 2, seconde phrase, de ce même règlement qu'une marque collective n'autorise pas le titulaire à interdire à un tiers d'utiliser dans le commerce ces signes ou indications, pour autant que cet usage est fait conformément aux usages honnêtes en matière industrielle ou commerciale ; en particulier, une telle marque ne peut être opposée à un tiers habilité à utiliser une dénomination géographique.

- 51 Il s'ensuit que, eu égard à la nécessité d'une interprétation stricte de l'article 66, paragraphe 2, du règlement n° 207/2009, ce n'est qu'au stade de l'enregistrement que les conditions d'obtention d'une marque ont été assouplies, dans la mesure où des marques descriptives peuvent, par dérogation aux conditions énoncées à l'article 7, paragraphe 1, sous c), du règlement n° 207/2009, bénéficier d'un enregistrement.
- 52 L'enregistrement en tant que marque collective ne saurait donc, per se, contrairement à ce que soutient le requérant, être constitutif d'une présomption d'existence d'un caractère distinctif moyen, en sorte que c'est à juste titre que la chambre de recours a considéré que le caractère distinctif de la marque antérieure devait être regardé comme étant faible.
- 53 À cet égard, il convient de rappeler que, même en présence d'une marque antérieure ayant un caractère distinctif faible, il peut exister un risque de confusion, notamment, lorsque les produits en cause sont identiques et les signes en conflit similaires [voir arrêt du Tribunal du 13 avril 2011, Sociedad Agrícola Requiringua/OHMI — Consejo Regulador de la Denominación de Origen Toro (TORO DE PIEDRA), T-358/09, non publié au Recueil, point 45, et la jurisprudence citée].
- 54 Cependant, il convient de constater que, eu égard à l'absence de similitudes phonétique et visuelle des signes en conflit, nonobstant l'identité ou la similitude des produits concernés, il ne saurait exister de risque de confusion dans l'esprit du public visé dès lors que l'existence d'une similitude conceptuelle entre les signes en conflit n'est pas, dans l'hypothèse d'une marque antérieure descriptive, suffisante pour conclure à l'existence d'un tel risque de confusion.
- 55 Or, en l'espèce, nonobstant l'identité ou la similitude des produits en cause, en l'absence de caractère distinctif particulier de la marque antérieure et en raison du caractère descriptif de cette dernière, la simple similitude conceptuelle ne suffit pas pour créer un risque de confusion.
- 56 Il résulte de l'ensemble de ce qui précède que c'est à bon droit que la chambre de recours a conclu qu'il n'existait pas de risque de confusion entre la marque demandée et la marque antérieure au titre de l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 207/2009, en sorte que le premier moyen doit être rejeté.

*Sur le second moyen, tiré de la violation de l'article 63, paragraphe 2, du règlement n° 207/2009*

- 57 Le requérant fait valoir que, en ne prenant pas en considération sa réplique du 20 septembre 2010, déposée le jour même de l'adoption de la décision attaquée, la chambre de recours a enfreint l'article 63, paragraphe 2, du règlement n° 207/2009, au motif que son droit d'être entendu n'aurait pas été respecté.
- 58 Il convient de relever que le requérant n'a pas indiqué, dans sa requête, l'argumentation qu'il aurait fait valoir dans la réplique déposée devant la chambre de recours à l'encontre des arguments de Garmo concernant la similitude conceptuelle et auxquels la chambre de recours n'aurait pas répondu alors qu'elle aurait dû le faire.
- 59 C'est en réponse à une question posée par le Tribunal lors de l'audience que le requérant a souligné qu'il n'avait pas été entendu sur la similitude conceptuelle, en se référant également à la question du caractère neutre de cette similitude. Ainsi qu'il a été acté au procès-verbal d'audience, le requérant a

spécifié que la chambre de recours n'aurait pas répondu au point 3 de la réplique déposée devant elle intitulé « Quant à la ressemblance sur le plan conceptuel » et qui contenait des considérations relatives à l'existence d'une similitude conceptuelle.

- 60 Il y a lieu de relever que, au point 3 de la réplique déposée devant la chambre de recours, le requérant a indiqué qu'il contestait la description faite par Garmo de la situation politique à Chypre. Il a rappelé que, si la zone nord de Chypre était occupée par la Turquie, l'ensemble de ce territoire faisait partie de l'Union et que les communautés d'expression grecque et turque étaient encore moins isolées l'une de l'autre, la zone de démarcation étant traversée par des millions de Chypriotes grecs ou turcs. Il en déduisait que ces Chypriotes savaient que « halloumi » et « hellim » désignaient un seul et même produit, à savoir le fromage national chypriote.
- 61 À cet égard, il convient, d'emblée, de constater que le Tribunal a, aux points 36 à 42 ci-dessus, jugé que la chambre de recours avait commis une erreur en estimant que la similitude conceptuelle entre les signes en conflit était neutre.
- 62 Au demeurant et en tout état de cause, il ressort du point 60 ci-dessus que le point 3 de ladite réplique ne comporte aucune argumentation concernant le caractère neutre de la comparaison conceptuelle des signes en conflit.
- 63 Il résulte de ce qui précède que le second moyen doit être rejeté, ainsi que le recours dans son ensemble.

### Sur les dépens

- 64 Aux termes de l'article 87, paragraphe 2, du règlement de procédure, toute partie qui succombe est condamnée aux dépens, s'il est conclu en ce sens. Le requérant ayant succombé, il y a lieu de le condamner aux dépens, conformément aux conclusions de l'OHMI.

Par ces motifs,

LE TRIBUNAL (huitième chambre)

déclare et arrête :

- 1) **Le recours est rejeté.**
- 2) **L'Organismos Kypriakis Galaktokomikis Viomichanias est condamné aux dépens.**

Truchot

Martins Ribeiro

Kanninen

Ainsi prononcé en audience publique à Luxembourg, le 13 juin 2012.

Signatures