

DÉCISION
de la première chambre de recours
du 30 octobre 2024

Dans l'affaire R 815/2024-1

PRADA S.A.

23, rue Aldringen
1118 Luxembourg
Luxembourg

Titulaire de la marque de l'Union
européenne/requérante

représentée par Sylvain Rousseau, Corso Regina Margherita 87, 10124 Turin (Italie)

contre

Erickstyle S.r.l.

Via Volrot, 3/11
50019 6th Fiorentino (FI)
Italie

Demanderesse en déchéance/Défenderesse au
recours

représentée par Daniela Barlocco, Via A. Saffi 4/1, 17014 Cairo Montenotte (SV) (Italie)

Recours concernant la procédure d'annulation no 59 461 C (enregistrement de la marque de l'Union européenne no 10 612 241)

LA PREMIÈRE CHAMBRE DE RECOURS

composée de M. Bra (président intérimaire), A. González Fernández (Relatrice) et E. Fink (membre)

Greffier: H. Dijkema

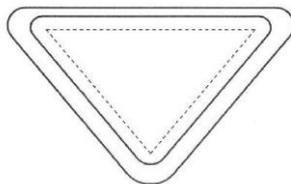
rend le présent

Langue de procédure: Anglais

Décision

Résumé des faits

- 1 Par une demande déposée le 2 février 2012, Prada S.A. (ci-après la «titulaire de la MUE») a sollicité l'enregistrement de la marque



pour les produits suivants, ultérieurement modifiés conformément à la déclaration déposée le 22 septembre 2016, conformément à l'article 33, paragraphe 8, du RMUE:

Classe 18: *Cuir et imitations du cuir, produits en ces matières non compris dans d'autres classes; Peaux d'animaux; Malles et valises; Parapluies et parasols; Cannes; Fouets et sellerie; Mallettes pour documents; Sacs à dos; Sacs de sport; Bandoulières &bra; courroies &ket; en cuir; Sacs de plage; Sacs pour détruire des articles en cuir; Portefeuilles pour porte-cartes d'EA; Bourses de mailles; Habits pour animaux de compagnie; Colliers pour animaux; Parapluies ou parasols; Sacs à main; Fers à cheval; Portefeuilles; Porte-monnaie; Sacs d'écoliers; Sacs à provisions; Porte-bébés; Fourreaux de parapluies; Poignées de parapluies; Anneaux pour parapluies; Coffrets destinés à contenir des articles de toilette dits «vanity cases»; Sacs à roulettes; Étuis clés.*

Classe 25: *Vêtements, chaussures, chapellerie; Semelles; Talonnettes; Trépointes de chaussures.*

- 2 Le 6 mars 2012, la demande de marque a été publiée par l'Office et, le 15 juin 2012, la marque a été enregistrée.
- 3 Le 12 avril 2023, Erickstyle S.r.l. (ci-après la «demanderesse en déchéance») a déposé une demande en déchéance pour l'ensemble des produits énumérés ci-dessus.
- 4 La demande en déchéance était fondée sur le motif visé à l'article 58, paragraphe 1, point a), du RMUE.
- 5 Le 8 août 2023, la titulaire de la marque de l'Union européenne a produit les preuves d'usage suivantes:
 - Annexe 1A: un extrait d'une campagne publicitaire.
 - Annexe 1B: 1988 magazine attestant l'utilisation du triangle.

- Annexe 1: Article de Vogue Italia sur le collaborateur printemps/été 2022.
- Annexe 2: Article sur le flacon Paradoxe rechargeable, parfum.
- Annexe 3: un article sur la Mar sa Prada Symbole issu de la collection automne/hiver 2023.
- Annexe 4: factures émises en 2018.
- Annexe 5: factures émises en 2019.
- Annexe 6: factures émises en 2020.
- Annexe 7: factures émises en 2021.
- Annexe 8: factures émises en 2022.
- Annexe 9: factures émises en 2023.
- Annexe 10: extraits de magazines italiens montrant l'usage des produits revendiqués dans la classe 18.
- Annexe 11: extraits de magazines italiens montrant l'usage des produits revendiqués dans la classe 25.
- Annexe 12: extraits de notes de magazines allemands montrant l'usage des produits revendiqués dans la classe 18.
- Annexe 13: extraits de notes de magazines allemands montrant l'usage des produits revendiqués dans la classe 25.
- Annexe 14: extraits de magazines français montrant l'usage des produits revendiqués en classe 25.
- Annexe 15: photos d'articles compris dans la classe 18.
- Annexe 16: photos d'articles compris dans la classe 25.
- Annexe 17: légende des factures de vêtements humains.
- Annexe 18: légende de factures pour des articles en cuir, des chaussures et des vêtements pour femmes.

6 Par décision rendue le 15 mars 2024 (ci-après, la «décision attaquée»), la Division d'annulation a déclaré la déchéance partielle de la marque contestée pour les produits suivants:

Classe 18: Cuir et imitations du cuir; peaux d'animaux; malles et valises; parapluies et parasols; cannes; fouets et sellerie; mallettes pour documents; sacs à dos; sacs de sport; bandoulières & bra; courroies & ket; en cuir; sacs de plage; sacs pour détruire des articles en cuir; portefeuilles pour porte-cartes d'EA; bourses de mailles; habits

pour animaux de compagnie; colliers pour animaux; parapluies ou parasols; fers à cheval; portefeuilles; porte-monnaie; sacs d'écoliers; sacs à provisions; porte-bébés; fourreaux de parapluies; poignées de parapluies; anneaux pour parapluies; coffrets destinés à contenir des articles de toilette dits «vanity cases»; sacs à roulettes; étuis clés.

Classe 25: Semelles; talons; trépointes de chaussures.

Les motifs avancés par la division d'annulation peuvent être résumés comme suit:

- La majorité des éléments de preuve produits remontent à la période pertinente comprise entre le 12 avril 2018 et le 11 avril 2023.
- Les factures contenues dans les annexes 4 à 9 émises au cours de la période pertinente montrent des ventes de produits basés dans de nombreux États membres de l'Union européenne, tels que la Belgique, la France, l'Allemagne, la Grèce, l'Italie, le Portugal et l'Espagne. Quant aux extraits de magazines de mode, ils font référence à des publications italiennes, allemandes et françaises. Par conséquent, cet élément de preuve fait référence au territoire pertinent.
- Les volumes de ventes et leur fréquence constante, résultant de l'analyse des factures, suffisent à confirmer l'usage pour tous les produits présentés à l'annexe 15 et portant des codes figurant sur les factures en annexe-4.
- Les documents produits, et en particulier les photographies des annexes 15 et 16, montrent que la titulaire de la MUE a appliqué ce signe à de nombreux produits, également sous des formes colorées correspondant à la couleur du produit lui-même. On peut constater que la marque contestée a été utilisée sous la forme dans laquelle elle est enregistrée en ce qui concerne les formes et proportions du triangle, y compris son orientation. Toutefois, il convient de noter que très souvent, les lignes qui distinguent le triangle ne sont que deux et, dans certains cas, la ligne intérieure est une ligne pointillée, dans d'autres.
- La marque figurative consiste en un triangle isocèle formé de deux lignes continues, les plus externes, et d'une ligne en pointillés qui correspond au plus intérieur.
- Le signe n'est pas particulièrement complexe, mais se compose d'éléments géométriques plutôt simples, dont aucun, pris isolément, n'a un caractère distinctif moyen. Toutefois, dans sa structure d'ensemble, le signe n'apparaît pas comme une figure géométrique simple, mais fait partie d'un ensemble complexe, caractérisé par des lignes et des formes qui génèrent un caractère distinctif normal.
- Si l'on tient compte du fait que la forme et les proportions du triangle, outre le fait qu'il s'agit de plus d'une ligne, sont présentes dans tous les signes utilisés, la Division d'annulation considère que l'omission éventuelle d'une des lignes n'est pas de nature à altérer le caractère distinctif de la marque enregistrée. Cela est d'autant plus probable si l'on tient compte du fait que la marque enregistrée ne comporte pas d'éléments dominants, dont l'omission pourrait avoir un impact significatif.

- Les documents produits montrent que la marque contestée a été utilisée au moins pour une partie des produits contestés. Même si la marque n'apparaît pas sur les factures, il est néanmoins possible, sur la base d'une lecture combinée des factures elles-mêmes et des images portant le code produit, de conclure qu'au moins une partie des produits vendus porte la marque.
 - En ce qui concerne certains des produits compris dans la classe 18 de la marque de l'Union européenne, à savoir le cuir et les imitations du cuir; peaux d'animaux; malles et valises; parapluies et parasols; cannes; *fouets et sellerie; mallettes pour documents; sacs à dos; sacs de sport; bandoulières & bra; courroies & ket; en cuir; sacs de plage; sacs pour détruire des articles en cuir; portefeuilles pour porte-cartes d'EA; bourses de mailles; habits pour animaux de compagnie; colliers pour animaux; parapluies ou parasols; fers à cheval; portefeuilles; porte-monnaie; sacs d'écoliers; sacs à provisions; porte-bébés; fourreaux de parapluies; poignées de parapluies; anneaux pour parapluies; coffrets destinés à contenir des articles de toilette dits «vanity cases»; sacs à roulettes; étuis clés*, la documentation présentée par la titulaire ne suffit pas à démontrer l'usage sérieux de la marque, étant donné qu'il n'y a pas de trace de l'usage de la marque contestée pour ces produits.
 - En ce qui concerne certains des produits compris dans la classe 25, à savoir les *semelles; talons; en ce qui concerne les chaussures*, les documents produits par la titulaire ne suffisent pas à démontrer l'usage sérieux de la marque.
- 7 Le 16 avril 2024, la titulaire de la MUE a formé un recours contre la décision attaquée, demandant que celle-ci soit partiellement annulée pour *Valigie. Sacs de sport; Mallettes pour documents; Sacs pour détruire des articles en cuir; Porte-monnaie; Coffrets destinés à contenir des articles de toilette dits «vanity cases»*, non compris dans la classe 18. L'Office a reçu, le 5 juin 2024, le mémoire exposant les motifs du recours.
- 8 L'Office n'a reçu aucune réponse de la part de la demanderesse

Moyens et arguments de la titulaire de la MUE

- 9 Les arguments de la titulaire de la marque de l'Union européenne présentés à l'appui du recours peuvent être résumés comme suit:
- Les factures montrent clairement le lieu de l'usage. Les factures prouvent la vente de *Valigie; Sacs de sport* (codes produits 2VC016-2VC017) en France, en Espagne, en Allemagne et en Italie (annexes 1-2). Les factures prouvent la vente de *Valigette pour des documents; Cartables, enveloppes dictées d'articles de peau* (code produit 2VE014) en Italie, en France et en Espagne (annexe 3). Les factures prouvent la vente de *Borsellini* (codes de produits 2VD016-2VH058) en Espagne, en France, en Italie, en Suède, en Belgique, en Allemagne, en Autriche, au Danemark, en Irlande, en République tchèque, aux Pays-Bas et au Portugal (annexes 4.1, 4.2, 5.1, 5.2, 5.3, 5.4, 5.5, 5.6, 5.7, 5.8, 5.9 et 5.10). Les factures prouvent la vente de lits *Bdestinés à contenir des produits de toilette dits «vanity cases»* (code produit 2NA819) en Allemagne, en République tchèque, en France, en Italie, en Irlande, au Danemark, en Autriche, en Espagne, au Portugal, en Suède, en Belgique et aux Pays-Bas (annexes 6.1, 6.2, 6.3, 6.4, 6.5).

- En ce qui concerne la période de l'usage, les factures jointes concernent la période pertinente.
- En ce qui concerne l'importance de l'usage, en l'espèce, les produits appartiennent à une gamme de prix élevée, puisqu'il s'agit de produits de luxe. Sur la base des factures jointes, il est possible de découvrir la vente de 14 *valises et sacs de sport*, pour un montant total de 12 760 EUR, 9 *caisses pour documents; Étiquettes, revêtements contenant des articles en cuir*, d'un montant total de 7 810 EUR, 142 *bourses*, pour un montant total de 111 322 EUR et 69 *affaires de toilette*, pour un total de 47 303 EUR.
- En ce qui concerne les produits compris dans la classe 18, la titulaire de la MUE présente à nouveau les factures déjà présentées devant la division d'annulation, numérotées comme suit:
 - Annexes 1-2: factures émises pour des *bagages; Sacs de sport*.
 - Annexe 3: factures émises pour des *attachés-cases; Cartables, articles en peau bondissant*.
 - Annexes 4.1, 4.2, 5.1, 5.2, 5.3, 5.4, 5.5, 5.6, 5.7, 5.8, 5.9 et 5.10: factures émises en rapport avec des *bourses de valeurs*.
 - Annexes 6.1, 6.2, 6.3, 6.4 et 6.5: factures émises pour des *coffrets de toilette, non appelées «vanity cases»*.

Motifs

- 10 Le recours est conforme aux dispositions des articles 66 et 67 du RMUE et de l'article 68, paragraphe 1, du RMUE. Il est dès lors recevable.

Portée du recours

- 11 La décision de la division d'annulation a fait l'objet d'un recours de la part de la titulaire de la MUE, dans la mesure où la demande en déchéance a été accueillie en ce qui concerne l'usage de la marque pour des *sacs de voyage; Sacs de sport; Mallettes pour documents; Sacs pour détruire des articles en cuir; Porte-monnaie; Coffrets destinés à contenir des articles de toilette dits «vanity cases», non compris dans la classe 18*.
- 12 L'usage de la marque en relation avec les produits précités en classe 18 est donc soumis à l'appréciation de la Chambre.
- 13 La déclaration de déchéance pour les autres produits compris dans les classes 18 et 25 est réputée accueillie et définitive.

Article 58, paragraphe 1, point a), du RMUE

- 14 Conformément à l'article 58, paragraphe 1, point a), du RMUE, le titulaire de la marque de l'Union européenne est déclaré déchu de ses droits, sur demande présentée

auprès de l'Office si, pendant une période ininterrompue de cinq ans, la marque n'a pas fait l'objet d'un usage sérieux dans l'Union pour les produits ou les services pour lesquels elle est enregistrée, et qu'il n'existe pas de justes motifs pour le non-usage.

- 15 Conformément à l'article 19, paragraphe 1, du RDMUE, lu conjointement avec l'article 10, paragraphe 3, du RDMUE, les indications et les preuves de l'usage doivent définir le lieu, la durée, l'importance et la nature de l'usage qui a été fait de la marque contestée pour les produits et/ou services pour lesquels elle a été enregistrée.
- 16 Une marque fait l'objet d'un usage sérieux au sens de l'article 58, paragraphe 1, point a), du RMUE, lu conjointement avec l'article 18 du RMUE, 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. Pour que son usage soit sérieux, la marque doit faire l'objet d'un usage sérieux sur le marché pour les produits ou services qu'elle désigne; l'usage ne doit pas être effectué à titre symbolique, c'est-à-dire dans le seul but de maintenir les droits conférés par la marque, ni être utilisé uniquement au sein de l'entreprise concernée (11/03/2003, C-40/01, *Minimax*, EU:C:2003:145, § 43). En outre, la condition relative à l'usage sérieux de la marque exige que celle-ci soit utilisée publiquement et vers l'extérieur, telle qu'elle est protégée dans le territoire pertinent (11/03/2003, C-40/01, *Minimax*, EU:C:2003:145, § 37; 30/04/2008, T-131/06, *Sonia Saonia Rykiel*, EU:T:2008:135, § 38; 18/01/2011, T-382/08, *VOGUE*, EU:T:2011:9, § 27).
- 17 Il n'est pas nécessaire que chaque élément de preuve fournisse des informations sur chacun de ces quatre éléments. Dès lors, pris dans leur ensemble, les éléments de preuve peuvent établir les faits à démontrer, même si chacun de ces éléments, pris isolément, serait impuissant à rapporter la preuve de son exactitude (17/02/2011, T-324/09, *Friboi*, EU:T:2011:47, § 33; 16/11/2011, T-308/06, *Buffalo Milke*, EU:T:2011:675, § 61; 24/05/2012, T-152/11, *MAD*, EU:T:2012:263, § 33-34). Bien que ces éléments ne puissent à eux seuls permettre de conclure à l'existence d'un usage sérieux, il n'en demeure pas moins qu'ils doivent être appréciés avec les autres éléments de preuve dans le cadre de l'appréciation du caractère sérieux de l'usage de la marque (11/05/2006, 416/04 P, *Vitafruit*, EU:C:2006:310, § 53). En outre, dans certaines circonstances, même des preuves circonstancielles telles que les catalogues qui font référence à la marque, bien qu'elles ne fournissent pas d'informations directes sur la quantité de produits et/ou effectivement vendus et/ou fournis, peuvent, à elles seules, suffire à démontrer l'importance de l'usage dans le cadre d'une appréciation globale (15/07/2015, T-398/13, *TVR ITALIA*, EU:T:2015:503, § 57-58).
- 18 L'usage sérieux d'une marque ne peut pas être démontré par des probabilités ou des présomptions, mais doit reposer sur des éléments concrets et objectifs qui prouvent une utilisation effective et suffisante de la marque sur le marché concerné (12/12/2002, T-39/01, *Hiwatt*, EU:T:2002:316, § 47).
- 19 La marque de l'Union européenne contestée a été enregistrée le 2 février 2012. La demande en déchéance a été déposée le 12 avril 2023. Par conséquent, la marque de l'Union européenne contestée était enregistrée depuis plus de cinq ans à la date de dépôt de la marque de l'Union européenne contestée. La titulaire devait donc prouver l'usage sérieux de la MUE contestée au cours des cinq années précédant la date de la demande en déchéance, c'est-à-dire entre le 12 avril 2018 et le 11 avril 2023 inclus.

- 20 En outre, l'usage de la marque de l'Union européenne contestée doit être établi pour les produits faisant l'objet du recours, à savoir *Valigie; Sacs de sport; Mallettes pour documents; Sacs pour détruire des articles en cuir; Porte-monnaie; Coffrets destinés à contenir des articles de toilette dits «vanity cases», non compris dans la classe 18.*

Durée de l'usage

- 21 En ce qui concerne la durée de l'usage, il ne s'agit pas d'examiner si une marque a fait l'objet d'un usage continu pendant la période pertinente. Il suffit qu'une marque ait fait l'objet d'un usage sérieux pendant une partie de cette période (15/07/2015,-398/13, TVR ITALIA, EU:T:2015:503, § 52-53).
- 22 Sur ce point, la chambre de recours partage l'avis de la division d'annulation selon lequel la documentation présentée par la titulaire satisfait au critère de la durée de l'usage, étant donné que les éléments de preuve relèvent de la période pertinente.

Lieu de l'usage

- 23 Afin d'apprécier l'existence d'un usage sérieux sur le territoire de l'Union européenne, il convient de faire abstraction des frontières du territoire des États membres (19/12/2012, C-149/11, Onel/Omel, EU:C:2012:816, § 44). En effet, s'il est raisonnable de s'attendre à ce qu'une marque de l'Union européenne soit utilisée sur un territoire plus large que les marques nationales, il n'est pas nécessaire qu'un tel usage soit géographiquement étendu pour être qualifié de sérieux, car une telle qualification dépend des caractéristiques du produit ou du service concerné sur le marché correspondant (19/12/2012, 149/11-, Onel/Omel, EU:C:2012:816, § 54).
- 24 La Chambre constate que les factures présentées par la titulaire concernent différents pays de l'Union européenne, dont l'Autriche, la Belgique, le Danemark, la France, l'Allemagne, l'Irlande, l'Italie, les Pays-Bas, la République tchèque, l'Espagne, la Suède et le Portugal. Par conséquent, la chambre de recours considère que les éléments de preuve produits remplissent pleinement la condition relative au lieu de l'usage.

Importance de l'usage

- 25 En ce qui concerne l'importance de l'usage, il convient de tenir compte, notamment, du volume commercial de l'ensemble des actes d'usage, de la durée de la période pendant laquelle des actes d'usage ont été accomplis ainsi que de la fréquence de ces actes (08/07/2004, T-334/01, Hipoviton, EU:T:2004:223, § 35).
- 26 À cet égard, il convient d'apprécier si, à la lumière de la situation du marché dans le secteur industriel ou commercial spécifique concerné, il peut être déduit des éléments de preuve soumis que la titulaire a sérieusement tenté d'acquiescer une position commerciale sur le marché pertinent. L'usage de la marque doit porter sur des produits et des services qui sont déjà commercialisés ou dont la commercialisation, préparée par l'entreprise en vue de la conquête d'une clientèle, notamment dans le cadre de campagnes publicitaires, est imminente (11/03/2003, C-40/01, Minimax, EU:C:2003:145, § 37).

- 27 L'appréciation globale de l'intensité de l'usage implique une certaine interdépendance entre les facteurs pris en compte. Ainsi, un faible volume de produits commercialisés sous ladite marque peut être compensé par une forte intensité ou une certaine constance dans le temps de l'usage de cette marque et inversement. En outre, le chiffre d'affaires réalisé ainsi que le nombre de ventes de produits portant la marque antérieure ne sauraient être appréciés dans l'absolu, mais doivent l'être en rapport avec d'autres facteurs pertinents, tels que le volume de l'activité commerciale, les capacités de production ou de commercialisation ou le degré de diversification de l'entreprise exploitant la marque ainsi que les caractéristiques des produits et/ou des services sur le marché concerné. La Cour a ainsi précisé que, pour qu'un usage soit qualifié de sérieux, il n'est pas nécessaire qu'il soit toujours quantitativement important (08/07/2004, T-203/02, Vitafruit, EU:T:2004:225, § 42 et jurisprudence citée).
- 28 Les éléments de preuve doivent être examinés en fonction de la nature des produits et/ou services et des caractéristiques du marché pertinent (30/04/2008, T-131/06, Sonia Sonia Rykiel, EU:T:2008:135, § 53).
- 29 La chambre de recours observe que les volumes de vente et la fréquence sont suffisants pour confirmer l'usage pour tous les produits faisant l'objet du recours. En particulier, une lecture combinée des factures figurant aux annexes 1 à 6 avec les images fournies par la titulaire de la MUE portant le code de produit permet de conclure que les produits faisant l'objet du recours ont été vendus pour plusieurs milliers d'euros.
- 30 En outre, la chambre de recours souligne que la condition relative à l'importance de l'usage n'exige pas du titulaire qu'il divulgue l'intégralité du volume des ventes ou de son chiffre d'affaires. Il suffit d'apporter la preuve d'une quantité minimale pour établir l'usage sérieux et sérieux (11/05/2006, C-416/04 P, Vitafruit, EU:C:2006:310, § 72).
- 31 En tout état de cause, il convient de rappeler que l'obligation d'apporter la preuve de l'usage sérieux de la marque ne vise pas à contrôler la stratégie commerciale du titulaire de cette marque. Il ne saurait être exclu qu'il puisse être économiquement et objectivement justifié que ce dernier commercialise un produit ou une gamme de produits même si leur part dans son chiffre d'affaires annuel est insignifiante &bra; 19/09/2019, T-359/18, TRICOPID/TRICODIN (fig.), EU:T:2019:626, § 56 &ket;. Lorsqu'il répond à une réelle justification commerciale, un usage même minime peut être suffisant pour établir l'existence d'un caractère sérieux &bra; 19/09/2019, T-359/18, TRICOPID/TRICODIN (fig.), EU:T:2019:626, § 48 &ket;.
- 32 Par conséquent, la chambre de recours considère que les preuves d'usage fournies par la titulaire de la MUE ne permettent pas de nier l'existence des conditions d'importance de l'usage, visant à démontrer même un nombre minime de preuves de l'usage sérieux et sérieux.

Nature de l'usage

- 33 La «nature de l'usage» demandée du signe fait référence aux éléments suivants: a) l'usage en tant que marque dans la vie des affaires; b) l'usage de la marque telle qu'enregistrée ou ses variantes; et c) l'usage pour les produits et/ou services pour lesquels elle est enregistrée.

- 34 En ce qui concerne la première condition, il ressort de la jurisprudence que la marque fait l'objet d'un usage sérieux lorsqu'elle remplit sa fonction essentielle qui est de garantir l'identité d'origine des produits ou des services pour lesquels elle a été enregistrée (11/03/2003, C-40/01, *Minimax*, EU:C:2003:145, § 43). Cela implique que la marque doit être utilisée en tant que signe distinctif des produits et/ou services proposés par l'entreprise.
- 35 À cet égard, les éléments de preuve montrent que la marque de l'Union européenne contestée a été utilisée sur le marché sous la forme sous laquelle elle est enregistrée en ce qui concerne les formes et proportions du triangle, y compris son orientation. En effet, ce dernier apparaît à plusieurs reprises dans la documentation fournie par la titulaire. Par exemple, la marque de l'Union européenne contestée est représentée dans les images des produits faisant l'objet du présent recours fournies par la titulaire de la marque de l'Union européenne et dans des extraits de différents magazines (annexes-10, produites en première instance).
- 36 S'agissant de l'usage de la marque sous la forme sous laquelle elle a été enregistrée, la marque en cause est une marque figurative composée d'un triangle isocèle formé de coins arrondis formés de deux lignes continues, les lignes les plus extérieures, et d'une ligne en pointillés correspondant à la ligne plus intérieure.
- 37 La chambre de recours rejoint la division d'annulation sur le fait que l'omission d'une des lignes n'est pas de nature à altérer le caractère distinctif de la marque enregistrée.
- 38 À la lumière de ce qui précède, la division d'annulation a conclu à juste titre que les éléments de preuve démontrent l'usage du signe tel qu'il a été enregistré au sens de l'article 18, paragraphe 1, point a), deuxième alinéa, du RMUE.
- 39 En ce qui concerne l'usage de la marque pour les produits pour lesquels elle a été enregistrée, la Chambre note que même si la marque n'apparaît pas sur les factures, il est néanmoins possible, sur la base d'une lecture combinée des factures elles-mêmes avec les images portant le code produit, de conclure que les produits objets du recours portent la marque en cause. Ce fait, en soi, suffit à établir un lien entre la MUE contestée et les produits faisant l'objet du recours et à apporter ainsi la preuve de son usage en tant que marque.

Appréciation globale de la preuve de l'usage

- 40 Il convient de rappeler le principe selon lequel les éléments de preuve individuels ne doivent pas être analysés isolément, mais conjointement, afin d'identifier leur signification la plus probable et la plus cohérente &bra; 30/01/2020, T-598/18, *BROWNIE/BROWNIE*, *Brownie* (Marque de série), EU:T:2020:22, § 51 &ket;.
- 41 Il découle du principe susmentionné que, lorsque la valeur probante d'un élément de preuve est limitée et ne démontre donc pas de façon certaine si et comment les produits en cause ont été mis sur le marché, et que cet élément n'est donc pas décisif en soi, il peut néanmoins être pris en considération dans le cadre de l'appréciation globale de l'usage sérieux de la marque en cause. Tel est le cas lorsque, comme en l'espèce, cet élément est ajouté à d'autres éléments de preuve (09/12/2014, T-278/12, *PROFLEX*, EU:T:2014:1045, § 64-69; 07/09/2016, T-204/14, *Victor/VICTORIA* et al., EU:T:2016:448, § 74).

- 42 En l'espèce, les documents fournis par la titulaire, appréciés dans leur ensemble, sont suffisants pour établir le caractère sérieux de l'usage de la marque de l'Union européenne contestée pour les produits faisant l'objet du recours, compte tenu des factures présentées et des montants même importants qui y sont indiqués, qui sont corroborés, *entre autres*, par les images des produits fournies par la titulaire de la MUE et les extraits de différents magazines.

Conclusion

- 43 La décision attaquée est donc annulée dans la mesure où la demande en déchéance a été accueillie pour les produits faisant l'objet du recours.

Frais

- 44 Conformément à l'article 109, paragraphe 1, du RMUE et à l'article 18 du REMUE, la demanderesse en déchéance, en tant que partie perdante, doit supporter les frais exposés par la titulaire de la marque de l'Union européenne.
- 45 Les frais comprennent les frais de représentation professionnelle de la titulaire de la marque de l'Union européenne, d'un montant de 550 EUR, et la taxe de recours de 720 EUR.
- 46 La décision de la division d'annulation, qui a condamné chaque partie à supporter ses propres frais, reste inchangée.
- 47 Le montant total à payer s'élève donc à 1 270 EUR.

Dispositif

Par ces motifs,

LA CHAMBRE

déclare et arrête:

- 1** Accueille le recours;
- 2** Annule la décision attaquée dans la mesure où la demande en déchéance a été accueillie pour les produits suivants:
Classe 18: Valises; Sacs de sport; Mallettes pour documents; Sacs pour détruire des articles en cuir; Porte-monnaie; Coffrets destinés à contenir des articles de toilette dits «vanity cases».
- 3** Rejette la demande en déchéance pour les produits énumérés ci-dessus;
- 4** Ordonne que les frais de la procédure de recours soient à la charge de la demanderesse en déchéance;
- 5** Le montant total à payer par la demanderesse en déchéance s'élève à 1 270 EUR.

Signature

M. Bra

Signature

A. González Fernández

Signature

E. Fink

Greffier:

Signature

P.O. L. Benítez

