

ARRÊT DU TRIBUNAL (septième chambre)

27 novembre 2024 (*)

« Marque de l'Union européenne - Procédure d'opposition - Demande de marque de l'Union européenne figurative représentant des lignes horizontales - Marque de l'Union européenne figurative antérieure représentant un aigle stylisé caractérisé par des bandes horizontales - Motifs relatifs de refus - Similitude des signes - Article 8, paragraphe 1, sous b), et paragraphe 5 du règlement (UE) 2017/1001 »

Dans l'affaire T-509/23,

Giorgio Armani SpA, établie à Milan (Italie), représentée par Me I. Carli, avocate,

partie requérante,

contre

Office de l'Union européenne pour la propriété intellectuelle (EUIPO), représenté par M. R. Raponi et Mme S. Scardocchia, en qualité d'agents,

partie défenderesse,

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

Shenzhen City Chongzheng Technology Co. Ltd, établie à Shenzhen (Chine),

LE TRIBUNAL (septième chambre),

composé de Mme K. Kowalik-Bańczyk, présidente, M. I. Dimitrakopoulos (rapporteur) et Mme B. Ricziová, juges,

greffier : Mme R. Ūkelytė, administratrice,

vu la phase écrite de la procédure,

à la suite de l'audience du 28 juin 2024,

rend le présent

Arrêt

1 Par son recours fondé sur l'article 263 TFUE, la requérante, Giorgio Armani SpA, demande l'annulation de la décision de la deuxième chambre de recours de l'Office de l'Union européenne pour la propriété intellectuelle (EUIPO) du 16 juin 2023 (affaire R 1413/2022-2) (ci-après la « décision attaquée »).

Antécédents du litige

2 Le 29 décembre 2020, Shenzhen City Chongzheng Technology Co. Ltd a présenté à l'EUIPO une demande d'enregistrement de marque de l'Union européenne pour le signe figuratif suivant :

Image not found

3 La marque demandée désignait les produits relevant de la classe 9 au sens de l'arrangement de Nice concernant la 4 classification internationale des produits et des services aux fins de l'enregistrement des marques, du 15 juin 1957, tel que

révisé et modifié, et correspondant à la description suivante : « Casques à écouteurs ; casques d'écoute ; écouteurs sans fil pour téléphones intelligents ; chargeurs USB ; câbles électriques pour la transmission de sons et d'images ; câbles USB pour téléphones portables ; câbles de transmission de données ; chargeurs pour appareils rechargeables ; câbles électriques ; câbles d'imprimantes ; batteries rechargeables ; téléphones intelligents portables ; chargeurs sans fil ; câbles prolongateurs ; fiches électriques ; supports adaptés pour tablettes électroniques ; câbles Ethernet ; adaptateurs ; chargeurs de batterie pour véhicules motorisés ».

5 Le 9 avril 2021, la requérante a formé opposition à l'enregistrement de la marque demandée pour les produits visés au point 3 ci-dessus.

6 Les motifs invoqués à l'appui de l'opposition étaient ceux visés à l'article 8, paragraphe 1, sous b), et à l'article 8, paragraphe 5, du règlement (UE) 2017/1001 du Parlement européen et du Conseil, du 14 juin 2017, sur la marque de l'Union européenne (JO 2017, L 154, p. 1).

7 L'opposition était fondée sur la marque antérieure de l'Union européenne no 15 743 891, reproduite ci-après, déposée le 10 août 2016 et enregistrée le 6 janvier 2017 :

Image not found

8 La marque antérieure désignait notamment des produits relevant des classes 9 et 25 au sens de l'arrangement de Nice.

9 S'agissant du motif d'opposition tiré de l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement 2017/1001, la requérante a uniquement invoqué les produits relevant de la classe 9 correspondant à la description suivante : « Lunettes, lunettes de soleil ; lunettes et montures de lunettes, verres de contact, étuis à lunettes, chaînes et cordons pour lunettes, pièces et accessoires pour tous les produits précités ; pochettes pour lecteurs multimédias ; coques pour téléphones mobiles ; couvertures pour DVD ; pochettes pour disques compacts ; couvertures pour câbles-ordinateurs ; pochettes pour appareils pour la reproduction du son ; coques pour assistants personnels numériques ; pochettes pour agendas électroniques ; pochettes pour caméras et pochettes pour appareils photos ; téléphones portables ; ordiphones [smartphones] ; dispositifs de communication sans fils dotés de fonctions de télécommunication qui permettent de transmettre des textes, des données, des images, des fichiers audio et des fichiers vidéo ; dispositifs de contrôle électroniques qui incluent des microprocesseurs et des accéléromètres, pour l'identification, l'archivage, la communication, la surveillance, le chargement et le téléchargement de données et d'informations pour le fitness et l'exercice physique ; applications téléchargeables et logiciels pour montres intelligentes et dispositifs mobiles pour gérer, contrôler et modifier les données, pour permettre aux utilisateurs de contrôler la présentation et les informations présentes dans les dispositifs ; capteurs portables pour le contrôle du fitness et de l'exercice physique qui permettent de recueillir des données biométriques et qui incluent un écran et un écran d'affichage, vendus sous la forme d'unité individuelle ; montres intelligentes ; capteurs d'activité à porter sur soi ; podomètres [compte-pas] ».

10 S'agissant du motif d'opposition tiré de l'article 8, paragraphe 5, du règlement 2017/1001, la requérante a invoqué la renommée de la marque antérieure sur le territoire de l'Union européenne uniquement pour certains produits relevant de la classe 25 au sens de l'arrangement de Nice.

11 Le 7 juin 2022, la division d'opposition a rejeté l'opposition pour tous les produits en cause.

12 Le 1er août 2022, la requérante a formé un recours auprès de l'EUIPO contre la décision de la division d'opposition.

13 Par la décision attaquée, la chambre de recours a rejeté le recours au motif, en substance, que l'impression d'ensemble produite par les marques en conflit était différente, quel que soit le niveau d'attention du public pertinent. Dans ces circonstances, elle a considéré comme étant inopérants les arguments de la requérante concernant l'identité ou la similitude des produits en cause et ceux relatifs à l'existence d'un risque de confusion, notamment en raison du caractère distinctif accru de la marque antérieure. Selon la chambre de recours, dès lors que l'identité ou la similitude des marques en cause constituait une des conditions cumulatives d'application de l'article 8, paragraphe 1, sous b), et de l'article 8, paragraphe 5, du règlement 2017/1001, ces dispositions ne s'appliquaient pas en l'espèce.

Conclusions des parties

14 La requérante conclut à ce qu'il plaise au Tribunal :

- annuler la décision attaquée ;
- condamner l'EUIPO aux dépens.

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

- rejeter le recours ;
- condamner la requérante aux dépens en cas de convocation à une audience.

En droit

16 La requérante invoque deux moyens, tirés, le premier, de l'appréciation erronée de la similitude des marques en conflit et du risque de confusion au titre de l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement 2017/1001, et, le second, de la violation de l'article 8, paragraphe 5, dudit règlement.

Sur le premier moyen, tiré de l'appréciation erronée de la similitude des marques en conflit et du risque de confusion au titre de l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement 2017/1001

17 La requérante soutient, en substance, que la chambre de recours a fondé ses motifs sur une prémisse erronée, à savoir celle de la différence entre les marques en conflit, alors qu'elle aurait dû, au contraire, retenir que celles-ci présentaient au moins un degré moyen de similitude. De surcroît, l'appréciation globale du risque de confusion aurait été effectuée en violation des principes ressortant de la jurisprudence.

18 L'EUIPO conteste les allégations de la requérante. En substance, tout en admettant que les marques en conflit partagent certaines caractéristiques, il soutient que leurs divergences sont de nature à produire une impression globale sensiblement différente.

18 Aux termes de l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement 2017/1001, 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 une 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.

19 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 d'entreprises liées économiquement. Le risque de confusion doit être apprécié globalement, selon la perception que le public pertinent a des signes et des produits ou des services en cause, et en tenant compte de tous les facteurs pertinents dans l'espèce, notamment de l'interdépendance de la similitude des signes et de celle des produits ou des services désignés [voir arrêt du 9 juillet 2003, Laboratorios RTB/OHMI - Giorgio Beverly Hills (GIORGIO BEVERLY HILLS), T-162/01, EU:T:2003:199, points 30 à 33 et jurisprudence citée].

20 Aux fins de cette appréciation globale, le consommateur moyen de la catégorie de produits ou de services concernée est censé être normalement informé et raisonnablement attentif et avisé. Cependant, il convient de tenir compte de la circonstance que le consommateur moyen n'a que rarement la possibilité de procéder à une comparaison directe des différentes marques et qu'il doit se fier à l'image imparfaite qu'il en a gardée en mémoire. Il convient 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 [voir arrêt du 12 février 2015, Compagnie des montres Longines, Francillon/OHMI - Staccata (QUARTODIMIGLIO QM), T-76/13, non publié, EU:T:2015:94, point 18 et jurisprudence citée].

21 Aux fins de l'application de l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement 2017/1001, un risque de confusion présuppose à la fois une identité ou une similitude des marques en cause et une identité ou une similitude des produits ou des services qu'elles désignent. Il s'agit là de conditions cumulatives [voir arrêt du 22 janvier 2009, Commercy/OHMI - easyGroup IP Licensing (easyHotel), T-316/07, EU:T:2009:14, point 42 et jurisprudence citée].

22 L'appréciation globale du risque de confusion doit, en ce qui concerne la similitude visuelle, phonétique ou conceptuelle des marques en conflit, être fondée sur l'impression d'ensemble produite par celles-ci, en tenant compte, notamment, de leurs éléments distinctifs et dominants. La perception des marques qu'a le consommateur moyen des produits ou des services en cause joue un rôle déterminant dans l'appréciation globale dudit risque. À cet égard, le consommateur moyen perçoit normalement une marque comme un tout et ne se livre pas à un examen de ses différents détails (voir arrêt du 12 juin 2007, OHMI/Shaker, C-334/05 P, EU:C:2007:333, point 35 et jurisprudence citée).

23 Selon la jurisprudence, deux marques sont similaires lorsque, du point de vue du public pertinent, il existe entre elles une égalité au moins partielle en ce qui concerne un ou plusieurs aspects pertinents, à savoir les aspects visuel, phonétique et conceptuel [voir arrêt du 17 février 2011, Ancco/OHMI - Freche et fils (ANN TAYLOR LOFT), T-385/09, EU:T:2011:49, point 26 et jurisprudence citée].

24 C'est à la lumière de ces considérations qu'il y a lieu d'examiner si, comme le soutient la requérante, c'est à tort que la chambre de recours a estimé que les marques en cause étaient différentes et que, partant, l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement 2017/1001 était inapplicable dans l'espèce.

25 La chambre de recours a considéré, en substance, que la marque antérieure était un signe purement figuratif représentant un aigle stylisé avec les ailes déployées et la tête tournée vers la droite, caractérisé par des bandes horizontales assez épaisses, avec une coupe latérale en diagonale. La marque demandée serait également purement figurative, caractérisée par des lignes horizontales plus fines, bien espacées entre elles, avec des extrémités arrondies, et représentant la lettre majuscule « V » ou « Y », comme le suggère la présence d'une ligne horizontale inférieure plus longue que les précédentes.

26 La chambre de recours a constaté que ces marques avaient en commun la présence de bandes horizontales et une certaine forme en V. Toutefois, selon elle, ces caractéristiques seraient représentées de manière différente dans chacun des 3 signes. Ces bandes horizontales auraient des dimensions, des découpes, des proportions et des dispositions différentes,

donnant lieu, avec les autres éléments que les signes n'ont pas en commun, à savoir la tête d'aigle stylisée manifestement perceptible dans la marque antérieure et la ligne horizontale sous la forme en V suggérant la lettre majuscule « Y » dans la marque demandée, à des signes très distincts. En outre, le fait que « la petite tête d'aigle stylisée » soit typiquement éliminée « dans les marques qui contrefont le symbole Armani », tel qu'allégué par la requérante, ne suggérerait pas l'existence d'une similitude entre les marques en conflit. La chambre de recours a, enfin, considéré qu'il n'était possible de comparer au cas d'espèce ni les décisions de la quatrième chambre de recours ni l'arrêt du Tribunale di Milano (Tribunal de Milan, Italie) invoqués devant elle par la requérante.

27 La requérante allègue que, sur le plan visuel, les marques en conflit présentent un niveau au moins moyen de similitude. En effet, elles formeraient toutes les deux un V, qui évoquerait un oiseau stylisé et qui serait conçu de manière à transmettre le même message d'harmonie, de symétrie et d'élégance. Elles seraient composées du même nombre de bandes horizontales noires sur un fond blanc, équidistantes entre elles, et seraient symétriques par rapport à un axe vertical. La représentation aurait un style sobre et concis tout en ayant un caractère stylisé.

28 L'EUIPO conteste les allégations de la requérante. En substance, il prétend que les marques en conflit sont comparables à des signes courts, pour lesquels des différences même légères pourraient produire une impression d'ensemble différente. Il souligne que l'allusion à un aigle en vol dans la marque antérieure est absente de la marque demandée. En revanche, celle-ci rappellerait indubitablement la lettre majuscule « Y ». Enfin, l'appréciation, par la requérante, des similitudes entre les marques serait hautement subjective, notamment lorsqu'elle se réfère à des concepts difficilement définissables objectivement, tels que le style « sobre et minimaliste », ou lorsqu'elle procède à une interprétation de la forme en V comme constitutive d'un rappel de l'image d'un oiseau. Enfin, l'EUIPO renvoie aux références, effectuées par la chambre de recours dans la décision attaquée, aux arrêts du Tribunal du 16 octobre 2018, *Asics/EUIPO - Van Lieshout Textielagenturen* (Représentation de quatre lignes croisées) (T-581/17, non publié, EU:T:2018:685, points 46 et 47), et du 19 avril 2023, *Zitro International/EUIPO - e-gaming* (Smiley portant un chapeau haut de forme) (T-491/22, non publié, EU:T:2023:203, points 45 à 47).

29 À cet égard, il convient de relever que les marques en conflit sont toutes deux composées du même nombre de bandes noires horizontales sur un fond blanc et présentent une forme en V. S'il est, certes, vrai que ces caractéristiques sont représentées d'une manière quelque peu différente dans chacune des deux marques, ces différences sont minimes et ne sauraient mener, contrairement à ce qu'a constaté la chambre de recours au point 22 de la décision attaquée (voir point 26 ci-dessus), à une impression visuelle d'ensemble différente.

30 En effet, indépendamment de la présence de la tête de l'aigle dans la marque antérieure et de la ligne horizontale dans la partie basse de la marque demandée, qui sont des éléments d'importance seulement secondaire, les marques en conflit peuvent, toutes deux, être perçues et mémorisées comme une forme de V, d'une épaisseur comparable, ressortant des lignes noires horizontales juxtaposées sur un fond blanc. Le fait que les consommateurs gardent en mémoire une image des signes qui n'est qu'imparfaite (voir point 20 ci-dessus) [arrêts du 20 décembre 2023, *Pierre Balmain/EUIPO - Story Time* (Représentation d'une tête de lion encerclée par des anneaux formant une chaîne), T-564/22, non publié, EU:T:2023:851, point 57, et du 12 juin 2024, *Marcinkowska-Dec/EUIPO - Ismailova* (DESSI), T-472/23, non publié, EU:T:2024:374, points 39 et 40], renforce la constatation d'une similitude visuelle entre les signes en cause, plutôt faible.

31 Enfin, cette constatation n'est pas invalidée par les références aux arrêts du Tribunal, cités par la chambre de recours aux points 22 et 23 de la décision attaquée et par l'EUIPO devant le Tribunal (voir point 28 ci-dessus), qui concernent des signes ne présentant pas d'analogie directe avec ceux en cause en l'espèce.

32 Partant, il y a lieu de conclure que les marques en conflit présentent une similitude sur le plan visuel, plutôt faible.

33 En outre, il convient de rappeler que la chambre de recours a considéré, d'une part, que les marques en cause n'étaient pas comparables sur le plan phonétique, et, d'autre part, qu'elles étaient différentes sur le plan conceptuel, sans pour autant constater que cette différence était à elle seule déterminante aux fins de l'examen de la question de savoir si ces marques produisaient une impression d'ensemble différente.

34 Dans ces circonstances, compte tenu de la jurisprudence rappelée au point 23 ci-dessus, selon laquelle deux marques sont similaires lorsque, du point de vue du public pertinent, il existe entre elles une égalité au moins partielle en ce qui concerne un ou plusieurs aspects pertinents, à savoir les aspects visuel, phonétique et conceptuel, il convient de conclure que c'est à tort que la chambre de recours a omis de procéder à une appréciation globale du risque de confusion, du fait de son constat erroné d'une différence d'ensemble entre les marques en conflit et de « l'inapplicabilité » de l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement 2017/1001, constat fondé, notamment, sur l'impression d'ensemble « très différente » qu'auraient les consommateurs sur le plan visuel (voir point 22 de la décision attaquée).

35 Il s'ensuit qu'il y a lieu d'accueillir le premier moyen.

Sur le second moyen, tiré de la violation de l'article 8, paragraphe 5, du règlement 2017/1001

46 La chambre de recours a considéré, en substance, que la similitude entre les marques en cause était une condition commune à l'applicabilité de l'article 8, paragraphe 1, sous b), et de l'article 8, paragraphe 5, du règlement 2017/1001. étant donné que, en l'espèce, les marques étaient différentes, l'article 8, paragraphe 5, dudit règlement n'était, selon elle, pas non plus applicable.

37 La requérante conteste l'appréciation de la chambre de recours. Selon elle, en substance, les conditions d'application de l'article 8, paragraphe 5, du règlement 2017/1001 étaient remplies en l'espèce.

38 L'EUIPO conteste les allégations de la requérante. Il soutient, à titre liminaire, que les arguments de la requérante relatifs aux autres conditions d'application de l'article 8, paragraphe 5, du règlement 2017/1001, figurant dans la requête, à savoir la renommée de la marque antérieure, le profit indûment tiré par l'autre partie à la procédure devant l'EUIPO du caractère distinctif et de la renommée de la marque antérieure et l'absence de juste motif, doivent être rejetés comme « irrecevables », étant donné que ni la division d'opposition ni la chambre de recours ne se sont prononcées sur ces conditions. Sur le fond, l'EUIPO soutient, en substance, que, s'il a déjà été constaté, dans l'examen portant sur le motif relatif de refus visé à l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement 2017/1001, que les marques en conflit étaient différentes, elles étaient également nécessairement différentes aux fins de l'application de l'article 8, paragraphe 5, de ce règlement.

39 À cet égard, aux termes de l'article 8, paragraphe 5, du règlement 2017/1001, sur opposition du titulaire d'une marque antérieure enregistrée au sens du paragraphe 2, la marque demandée est refusée à l'enregistrement si elle est identique ou similaire à une marque antérieure, indépendamment du fait que les produits ou services pour lesquels elle est demandée sont identiques, similaires ou non similaires à ceux pour lesquels la marque antérieure est enregistrée, lorsque cette marque antérieure est une marque de l'Union européenne qui jouit d'une renommée dans l'Union ou une marque nationale qui 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 cette marque antérieure ou leur porterait préjudice.

40 La protection élargie accordée à la marque antérieure par l'article 8, paragraphe 5, du règlement 2017/1001 présuppose donc la réunion de plusieurs conditions. Premièrement, la marque antérieure prétendument renommée doit être enregistrée. Deuxièmement, cette dernière et celle dont l'enregistrement est demandé doivent être identiques ou similaires. Troisièmement, elle doit jouir d'une renommée dans l'Union, dans le cas d'une marque de l'Union européenne antérieure, ou dans l'état membre concerné, dans le cas d'une marque nationale antérieure. Quatrièmement, l'usage sans juste motif de la marque demandée doit conduire au risque qu'un profit puisse être indûment tiré du caractère distinctif ou de la renommée de la marque antérieure ou qu'un préjudice puisse être porté au caractère distinctif ou à la renommée de la marque antérieure. Ces conditions étant cumulatives, l'absence de l'une d'entre elles suffit à rendre inapplicable ladite disposition [arrêt du 22 mars 2007, Sigla/OHMI - Elleni Holding (VIPs), T-215/03, EU:T:2007:93, points 34 et 35 ; voir, également, arrêt du 31 mai 2017, Alma-The Soul of Italian Wine/EUIPO - Miguel Torres (SOTTO IL SOLE ITALIANO SOTTO IL SOLE), T-637/15, EU:T:2017:371, point 29 et jurisprudence citée].

41 Par ailleurs, la condition relative à l'identité ou à la similitude des marques en conflit est commune aux paragraphes 1, sous b), et 5 de l'article 8 du règlement 2017/1001 [voir arrêt du 30 janvier 2020, Julius Sämann/EUIPO - Maharishi Vedic University (Représentation d'un arbre), T-559/19, non publié, EU:T:2020:19, point 51 et jurisprudence citée].

42 Or, en l'espèce, ainsi qu'il ressort du point 34 ci-dessus, c'est à tort que la chambre de recours a omis de procéder à une appréciation globale du risque de confusion, du fait de son constat erroné d'une différence d'ensemble entre les marques en conflit. Partant, c'est également à tort que la chambre de recours s'est fondée sur l'absence d'une des conditions cumulatives de l'article 8, paragraphe 5, du règlement 2017/1001, à savoir celle visant l'identité ou la similitude des marques, aux fins d'écarter l'application de cette disposition, sans procéder à l'analyse des autres conditions pertinentes.

43 Par conséquent, et sans qu'il soit nécessaire de se prononcer sur la « recevabilité » des arguments de la requérante relatifs aux autres conditions d'application de l'article 8, paragraphe 5, du règlement 2017/1001, figurant dans la requête (voir point 38 ci-dessus), il y a lieu d'accueillir également le second moyen et, partant, d'annuler la décision attaquée.

Sur les dépens

5 4 Aux termes de l'article 134, paragraphe 1, du règlement de procédure du Tribunal, toute partie qui succombe est condamnée aux dépens, s'il est conclu en ce sens.

4 5 L'EUIPO ayant succombé, il y a lieu de le condamner à supporter ses propres dépens ainsi que ceux exposés par la requérante aux fins de la procédure devant le Tribunal, conformément aux conclusions de celle-ci.

Par ces motifs,

LE TRIBUNAL (septième chambre)

déclare et arrête :

1) La décision de la deuxième chambre de recours de l'Office de l'Union européenne pour la propriété intellectuelle (EUIPO) du 16 juin 2023 (affaire R 1413/2022-2) est annulée.

2) L'EUIPO supportera, outre ses propres dépens, ceux exposés par Giorgio Armani SpA.

Kowalik-Bańczyk

Dimitrakopoulos

Ricziová

Ainsi prononcé en audience publique à Luxembourg, le 27 novembre 2024.

Signatures

* Langue de procédure : l'italien.

