ARRÊT DU TRIBUNAL (sixième chambre)

22 janvier 2025 (*)

« Marque de l'Union européenne - Procédure de nullité - Marque de l'Union européenne figurative MK MICHAEL MICHELE - Marque de l'Union européenne figurative antérieure MK MICHAEL KORS - Usage sérieux de la marque antérieure - Article 57, paragraphe 2, du règlement (CE) no 207/2009 [devenu article 64, paragraphe 2, du règlement (UE) 2017/1001] - Cause de nullité relative - Article 8, paragraphe 5, et article 53, paragraphe 1, sous a), du règlement no 207/2009 [devenus article 8, paragraphe 5, et article 60, paragraphe 1, sous a), du règlement 2017/1001]] »

Dans l'affaire T-1053/23,

Tecom Master, SL, établie à Alicante (Espagne), représentée par Me T. Villate Consonni, avocate,

partie requérante,

contre

Office de l'Union européenne pour la propriété intellectuelle (EUIPO), représenté par Mme D. Stoyanova-Valchanova, en qualité d'agent,

partie défenderesse,

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

Michael Kors (Switzerland) International GmbH, établie à Manno (Suisse), représentée par Me J. van Manen, avocat,

LE TRIBUNAL (sixième chambre),

composé de Mmes M. J. Costeira, présidente, M. Kancheva et E. Tichy-Fisslberger (rapporteure), juges,

greffier : M. V. Di Bucci,

vu la phase écrite de la procédure,

vu l'absence de demande de fixation d'une audience présentée par les parties dans le délai de trois semaines à compter de la signification de la clôture de la phase écrite de la procédure et ayant décidé, en application de l'article 106, paragraphe 3, du règlement de procédure du Tribunal, de statuer sans phase orale de la procédure,

rend le présent

Arrêt

1 Par son recours fondé sur l'article 263 TFUE, la requérante, Tecom Master, SL, demande l'annulation de la décision de la première chambre de recours de l'Office de l'Union européenne pour la propriété intellectuelle (EUIPO) du 4 septembre 2023 (affaire R 1959/2021-1) (ci-après la « décision attaquée »).

Antécédents du litige

2 Le 8 avril 2020, l'intervenante, Michael Kors (Switzerland) International GmbH, a présenté à l'EUIPO une demande de nullité de la marque de l'Union européenne ayant été enregistrée à la suite d'une demande déposée le 4 septembre 2014 par le prédécesseur en droit de la requérante pour le signe figuratif suivant :

Image not found

3 Les produits couverts par la marque contestée pour lesquels la nullité était demandée relevaient, après la limitation intervenue au cours de la procédure devant l'EUIPO, des classes 18 et 25 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 correspondaient, pour chacune de ces classes, à la description suivante :

- classe 18 : « Bagages, sacs, portefeuilles et autres objets de transport ; parapluies et parasols ; toiles en cuir » ;
- classe 25 : « Chapellerie ; articles chaussants ; vêtements ».

4 La demande en nullité était fondée, notamment, sur la marque de l'Union européenne figurative antérieure, reproduite ci-après, enregistrée le 13 juillet 2004, désignant, notamment, les produits relevant des classes 18 et 25 et correspondant, pour chacune de ces classes, à la description suivante :

- classe 18 : « Valises de transport, sacs, bagages, sacs à main, porte-monnaie et portefeuilles » ;
- classe 25 : « Vêtements, chaussures, ceintures » :

Image not found

5 Les causes invoquées à l'appui de la demande en nullité étaient celles visées à l'article 52, paragraphe 1, sous b), du règlement (CE) no 207/2009 du Conseil, du 26 février 2009, sur la marque de l'Union européenne (JO 2009, L 78, p. 1), tel que modifié [devenu article 59, paragraphe 1, sous b), 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)], à l'article 53, paragraphe 1, sous a), du règlement no 207/2009 [devenu article 60, paragraphe 1, sous a), du règlement 2017/1001], lu en combinaison avec l'article 8, paragraphe 1, sous b), du même règlement [devenu article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement 2017/1001], et à l'article 53, paragraphe 1, sous a), du règlement no 207/2009, lu en combinaison avec l'article 8, paragraphe 5, du même règlement (devenu article 8, paragraphe 5, du règlement 2017/1001).

6 À la suite de la demande formulée par la requérante, l'EUIPO a invité l'intervenante à apporter la preuve de l'usage sérieux de la marque antérieure invoquée à l'appui de la demande en nullité. Cette dernière a déféré à ladite demande dans le délai imparti.

7 Le 30 septembre 2021, la division d'annulation a fait droit à la demande en nullité sur le fondement de l'article 52, paragraphe 1, sous b), du règlement no 207/2009.

8 Le 24 novembre 2021, la requérante a formé un recours auprès de l'EUIPO contre la décision de la division d'annulation.

9 Par la décision attaquée, la chambre de recours a rejeté le recours sur le fondement de l'article 53, paragraphe 1, sous a), du règlement no 207/2009, lu conjointement avec l'article 8, paragraphe 5, de ce même règlement. En particulier, premièrement, elle a conclu que l'usage sérieux de la marque antérieure avait été démontré pour les produits relevant des classes 18 et 25. Deuxièmement, elle a considéré que le public pertinent était composé du grand public composé de consommateurs moyens ayant un niveau d'attention moyen. Troisièmement, elle a conclu que la marque antérieure jouissait d'une forte renommée auprès du grand public et était connue comme une marque emblématique et de luxe. Quatrièmement, elle a relevé que les signes concernés présentaient un degré moyen de similitude sur les plans visuel, phonétique et conceptuel. Cinquièmement, elle a conclu que le public pertinent serait raisonnablement en mesure d'établir un lien entre la marque contestée et la marque antérieure. Sixièmement, elle a estimé que l'usage par la requérante de la marque contestée pour les produits compris dans les classes 18 et 25 tirait indûment profit de la marque antérieure. Septièmement, elle a constaté que la requérante n'avait ni revendiqué ni prouvé l'existence d'un juste motif pour l'usage de la marque contestée.

Conclusions des parties

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

- annuler la décision attaquée ;
- rétablir l'enregistrement de la marque contestée.

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

- rejeter le recours ;
- condamner la requérante aux dépens exposés par l'EUIPO en cas de convocation à une audience.

12 L'intervenante conclut à ce qu'il plaise au Tribunal :

- rejeter le recours ;

- condamner la requérante aux dépens qu'elle a supportés.

En droit

13 Compte tenu de la date d'introduction de la demande d'enregistrement en cause, à savoir le 4 septembre 2014, qui est déterminante aux fins de l'identification du droit matériel applicable, les faits de l'espèce sont régis par les dispositions matérielles du règlement no 207/2009 (voir, en ce sens, ordonnance du 5 octobre 2004, Alcon/OHMI, C-192/03 P, EU:C:2004:587, points 39 et 40, et arrêt du 23 avril 2020, Gugler France/Gugler et EUIPO, C-736/18 P, non publié, EU:C:2020:308, point 3 et jurisprudence citée). Par ailleurs, dans la mesure où, selon une jurisprudence constante, les règles de procédure sont généralement censées s'appliquer à la date à laquelle elles entrent en vigueur (voir arrêt du 11 décembre 2012, Commission/Espagne, C-610/10, EU:C:2012:781, point 45 et jurisprudence citée), le litige est régi par les dispositions procédurales du règlement 2017/1001 et du règlement délégué (UE) 2018/625 de la Commission, du 5 mars 2018, complétant le règlement 2017/1001, et abrogeant le règlement délégué (UE) 2017/1430 (JO 2018, L 104, p. 1).

14 Par suite, en l'espèce, en ce qui concerne les règles de fond, il convient d'entendre les références faites par les parties dans leurs écritures, à l'article 60, paragraphe 3, à l'article 59, paragraphe 1, sous b), à l'article 60, paragraphe 1, sous a), du règlement 2017/1001, lu conjointement avec l'article 8, paragraphe 1, sous b), et avec l'article 8, paragraphe 5, du même règlement, et à l'article 64, paragraphes 2 et 3, du règlement 2017/1001, comme visant respectivement l'article 53, paragraphe 3, l'article 52, paragraphe 1, sous b), l'article 53, paragraphe 1, sous a), du règlement no 207/2009, lu conjointement avec l'article 8, paragraphe 1, sous b), et avec l'article 8, paragraphe 5, du même règlement, et l'article 57, paragraphes 2 et 3, du règlement no 207/2009.

15 Dans le cadre du recours, la requérante invoque, en substance, cinq moyens, tirés, le premier, d'une violation de l'article 53, paragraphe 3, du règlement no 207/2009, le deuxième, d'une violation de l'article 52, paragraphe 1, sous b), du règlement no 207/2009, le troisième, d'une violation de l'article 57, paragraphes 2 et 3, du règlement no 207/2009, le quatrième, d'une violation de l'article 53, paragraphe 1, sous a), du règlement no 207/2009, lu conjointement avec l'article 8, paragraphe 1, sous b), et, le cinquième, d'une violation de l'article 53, paragraphe 1, sous a), du règlement no 207/2009, lu conjointement avec l'article 8, paragraphe 5, du même règlement.

16 Le Tribunal estime qu'il convient d'examiner, d'abord, le premier moyen, ensuite, les troisième à cinquième moyens et, enfin, le deuxième moyen.

Sur la recevabilité du premier moyen, tiré d'une violation de l'article 53, paragraphe 3, du règlement no 207/2009

17 À l'appui du premier moyen, la requérante soutient, en substance, que la demande en nullité doit être rejetée sur le fondement de l'article 53, paragraphe 3, du règlement no 207/2009. Selon elle, par le retrait de son opposition à l'enregistrement de la marque contestée, l'intervenante avait donné expressément et par écrit son consentement à l'enregistrement et avait consenti à l'usage de la marque contestée. Elle fait valoir que la déclaration de nullité de la marque contestée serait contraire à l'intérêt de la sécurité juridique du titulaire de celle-ci après que le consentement avait été donné en connaissance de la demande et que l'usage de la marque contestée avait été toléré pendant plusieurs années. Par ailleurs, elle souligne qu'elle a pris des engagements commerciaux qui peuvent impliquer une perte financière significative.

18 L'EUIPO et l'intervenante soutiennent que le premier moyen est irrecevable étant donné que la requérante le soulève pour la première fois devant le Tribunal. Par ailleurs, et en tout état de cause, ils contestent les arguments de la requérante.

19 Un recours porté devant le Tribunal en vertu de l'article 72, paragraphe 2, du règlement 2017/1001, vise au contrôle de la légalité des décisions des chambres de recours. Dans le cadre dudit règlement, en application de son article 95, ce contrôle doit se faire au regard du cadre factuel et juridique du litige tel qu'il a été porté devant la chambre de recours [voir arrêt du 6 avril 2017, Nanu-Nana Joachim Hoepp/EUIPO - Fink (NANA FINK), T-39/16, EU:T:2017:263, point 16 et jurisprudence citée]. Il s'ensuit que le Tribunal ne saurait annuler ou réformer la décision objet du recours pour des motifs qui apparaîtraient postérieurement à son prononcé (arrêts du 11 mai 2006, Sunrider/OHMI, C-416/04 P, EU:C:2006:310, point 55, et du 13 mars 2007, OHMI/Kaul, C-29/05 P, EU:C:2007:162, point 53).

20 Dès lors, la fonction du Tribunal n'est pas d'examiner de nouveaux moyens introduits devant lui. En effet, l'examen de ces nouveaux moyens est contraire à l'article 188 du règlement de procédure du Tribunal, selon lequel les mémoires des parties ne peuvent pas modifier l'objet du litige devant la chambre de recours. Partant, les moyens introduits pour la première fois devant le Tribunal doivent être déclarés irrecevables, sans qu'il soit nécessaire de les examiner [voir arrêt du 14 mai 2009, Fiorucci/OHMI - Edwin (ELIO FIORUCCI), T-165/06, EU:T:2009:157, point 22 et jurisprudence citée].

21 À cet égard, il ressort du dossier de l'EUIPO que les arguments relatifs au prétendu consentement à l'enregistrement de la marque contestée et à la prétendue forclusion par tolérance ont été avancés pour la première fois devant le Tribunal par la requérante.

22 Il s'ensuit que le premier moyen doit être écarté comme étant irrecevable.

Sur le troisième moyen, tiré d'une violation de l'article 57, paragraphes 2 et 3, du règlement no 207/2009

23 Dans le cadre du troisième moyen, tiré d'une violation de l'article 57, paragraphes 2 et 3, du règlement no 207/2009, la requérante remet en cause certaines appréciations de la chambre de recours portant sur les éléments de preuve visant à établir l'usage sérieux de la marque antérieure telle qu'enregistrée. En effet, elle fait valoir, en substance, que l'usage sérieux n'est pas démontré pour la marque antérieure, mais seulement pour l'élément « michael kors ». Elle ajoute que les différences entre la marque antérieure telle qu'enregistrée, à savoir MK Michael Kors, et l'élément « michael kors » utilisé, sont significatives et non secondaires, de sorte qu'elles altèrent le caractère distinctif de la marque antérieure.

24 L'EUIPO, soutenu par l'intervenante, conteste les arguments de la requérante.

25 À titre liminaire, il importe de rappeler que, selon l'article 57, paragraphes 2 et 3, du règlement no 207/2009, le titulaire d'une marque de l'Union européenne peut requérir la preuve que, au cours des cinq années qui précèdent la date de la demande en nullité, la marque antérieure a fait l'objet d'un usage sérieux sur le territoire sur lequel elle est protégée pour les produits ou les services pour lesquels elle est enregistrée et sur lesquels la demande en nullité est fondée, pour autant qu'à cette date la marque antérieure était enregistrée depuis cinq ans au moins.

26 En outre, si la marque antérieure est enregistrée depuis cinq ans au moins à la date de publication de la demande de marque de l'Union européenne, le titulaire de la marque antérieure doit apporter également la preuve que la marque antérieure a fait l'objet d'un usage sérieux sur ce territoire au cours des cinq années qui précèdent cette publication. À défaut d'une telle preuve, la demande en nullité est rejetée. Si la marque antérieure n'a été utilisée que pour une partie des produits ou des services pour lesquels elle est enregistrée, elle n'est réputée enregistrée que pour cette partie des produits et des services, aux fins de l'examen de la demande en nullité.

27 Une marque fait l'objet d'un usage sérieux lorsqu'elle est utilisée conformément à sa fonction essentielle qui est de garantir l'identité d'origine des produits pour lesquels elle a été enregistrée, aux fins de créer ou de conserver un débouché pour ces produits, à l'exclusion d'usages de caractère symbolique ayant pour seul objet le maintien des droits conférés par la marque. De plus, la condition relative à l'usage sérieux de la marque exige que celle-ci, telle qu'elle est protégée sur le territoire pertinent, soit utilisée publiquement et vers l'extérieur [voir, en ce sens, arrêt du 4 avril 2019, Hesse et Wedl & Hofmann/EUIPO (TESTA ROSSA), T-910/16 et T-911/16, EU:T:2019:221, point 29 et jurisprudence citée].

28 L'appréciation du caractère sérieux de l'usage de la marque doit reposer sur l'ensemble des faits et des circonstances propres à établir la réalité de l'exploitation commerciale de celle-ci, en particulier les usages considérés comme justifiés dans le secteur économique concerné pour maintenir ou créer des parts de marché au profit des produits protégés par la marque, la nature de ces produits, les caractéristiques du marché, l'importance et la fréquence de l'usage de la marque [voir arrêt du 17 septembre 2019, Rose Gesellschaft/EUIPO - Iviton (TON JONES), T-633/18, non publié, EU:T:2019:608, point 20 et jurisprudence citée].

29 En vertu de l'article 10, paragraphes 3 et 4, du règlement délégué 2018/625, la preuve de l'usage d'une marque antérieure doit porter sur le lieu, la durée, l'importance et la nature de l'usage qui en a été fait et se limite, en principe, à la production de pièces justificatives comme des emballages, des étiquettes, des barèmes de prix, des catalogues, des factures, des photographies, des annonces dans les journaux, ainsi qu'aux déclarations écrites visées à l'article 97, paragraphe 1, sous f), du règlement 2017/1001.

30 Pour examiner, dans un cas d'espèce, le caractère sérieux de l'usage d'une marque antérieure, il convient de procéder à une appréciation globale en tenant compte de tous les facteurs pertinents du cas d'espèce. Cette appréciation implique une certaine interdépendance des facteurs pris en compte [voir arrêt du 8 juillet 2004, Sunrider/OHMI - Espadafor Caba (VITAFRUIT), T-203/02, EU:T:2004:225, point 42 et jurisprudence citée]. Un faisceau d'éléments de preuve peut permettre d'établir les faits à démontrer, alors même que chacun de ces éléments, pris isolément, serait impuissant à rapporter la preuve de l'exactitude de ces faits [voir arrêt du 13 février 2015, Husky CZ/OHMI - Husky of Tostock (HUSKY), T-287/13, EU:T:2015:99, point 66 et jurisprudence citée].

31 Ainsi, il n'est pas requis que chaque élément de preuve contienne des informations sur chacun des quatre éléments sur lesquels doit porter la preuve de l'usage sérieux, à savoir, le lieu, la durée, la nature et l'importance de l'usage. En effet, il ne s'agit pas d'analyser chacune des preuves de façon isolée, mais de les analyser conjointement, afin d'en identifier le sens le plus probable et cohérent [voir arrêt du 1er juin 2022, Worldwide Machinery/EUIPO - Scaip (SUPERIOR MANUFACTURING), T-316/21, non publié, EU:T:2022:310, point 25 et jurisprudence citée].

32 Toutefois, 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 [voir arrêt du 5 juin 2024, Habitat Barcelona Unión Constructora/EUIPO - Acomodeo Marketplace (ACOMODEO), T-365/23, non publié, EU:T:2024:361, point 49 et jurisprudence citée].

33 Par ailleurs, il résulte du considérant 10 du règlement no 207/2009 (devenu considérant 24 du règlement 2017/1001) que le législateur a considéré que la protection de la marque antérieure n'était justifiée que dans la mesure où celle-ci est effectivement utilisée. En conformité avec ce considérant, l'article 57, paragraphes 2 et 3, dudit règlement prévoit que le titulaire d'une marque de l'Union européenne peut requérir la preuve que la marque antérieure a fait l'objet d'un usage sérieux sur le territoire sur lequel elle est protégée au cours des cinq années qui précèdent le dépôt de la demande en nullité ainsi que pour la période de cinq ans qui précède la publication de la demande d'enregistrement de la marque contestée.

34 Selon l'article 15, paragraphe 1, sous a), du règlement no 207/2009 [devenu article 18, paragraphe 1, sous a), du règlement 2017/1001], est considéré comme un usage de la marque de l'Union européenne son emploi « sous une forme qui diffère par des éléments n'altérant pas le caractère distinctif de la marque dans la forme sous laquelle celle-ci a été enregistrée ».

35 L'objet de l'article 15, paragraphe 1, second alinéa, sous a), du règlement no 207/2009 [devenu article 18, paragraphe 1, sous a), second alinéa, du règlement 2017/1001], est d'éviter d'imposer une conformité stricte entre la forme utilisée de la marque et celle sous laquelle la marque a été enregistrée et de permettre au titulaire de cette dernière d'apporter au signe, à l'occasion de son exploitation commerciale, les variations qui, sans en modifier le caractère distinctif, permettent de mieux l'adapter aux exigences de commercialisation et de promotion des produits concernés. Dans de pareilles situations, lorsque le signe utilisé dans le commerce diffère de la forme sous laquelle celui-ci a été enregistré uniquement par des éléments négligeables, de sorte que les deux signes peuvent être considérés comme globalement équivalents, la disposition susmentionnée prévoit que l'obligation d'usage de la marque enregistrée peut être remplie en rapportant la preuve de l'usage du signe qui en constitue la forme utilisée dans le commerce [voir, en ce sens, arrêt du 23 février 2006, *Il Ponte Finanziaria/OHMI - Marine Enterprise Projects (BAINBRIDGE)*, T-194/03, EU:T:2006:65, point 50].

36 Le caractère distinctif d'une marque au sens du règlement no 207/2009 signifie que cette marque permet d'identifier le produit pour lequel l'enregistrement est demandé comme provenant d'une entreprise déterminée et donc de distinguer ce produit de ceux d'autres entreprises (voir arrêt du 18 juillet 2013, *Specsavers International Healthcare e.a.*, C-252/12, EU:C:2013:497, point 22 et jurisprudence citée).

37 En outre, lorsqu'une marque est constituée ou composée de plusieurs éléments et que l'un ou plusieurs d'entre eux ne sont pas distinctifs, l'altération de ces éléments ou leur omission n'est pas de nature à affecter le caractère distinctif de la marque dans son ensemble [voir arrêt du 13 septembre 2016, *hyphen/EUIPO - Skylotec (Représentation d'un polygone)*, T-146/15, EU:T:2016:469, point 30 et jurisprudence citée].

38 C'est à la lumière de ces considérations qu'il convient d'examiner les arguments soulevés par la requérante au soutien du troisième moyen.

39 À titre liminaire, le Tribunal constate, à l'instar de l'EUIPO, que la requérante ne conteste pas les conclusions de la chambre de recours selon lesquelles les éléments de preuve présentés par l'intervenante étaient suffisants pour satisfaire aux exigences relatives à la durée, au lieu et à l'importance de l'usage de la marque antérieure (voir notamment points 74 à 95 de la décision attaquée), ainsi que pour démontrer que ladite marque avait été utilisée pour les produits relevant des classes 18 et 25 (voir notamment points 96 à 99 de la décision attaquée). Faute d'élément figurant dans le dossier du Tribunal qui permettrait d'arriver à une autre conclusion que celle retenue par la chambre de recours en ce qui concerne la durée, le lieu, l'importance de l'usage et l'utilisation en tant que marque, les appréciations de la chambre de recours relatives à ces points doivent être entérinées.

40 En ce qui concerne la période d'usage pertinente, il y a lieu de constater que, aux points 41 et 42 de la décision attaquée, la chambre de recours a pris en compte une première période allant du 8 avril 2015 au 7 avril 2020 et une seconde période allant du 4 septembre 2009 au 3 septembre 2014.

41 Or, s'agissant du calcul de la seconde période d'usage pertinente, il y a lieu de relever que, en application de l'article 57, paragraphes 2 et 3, du règlement no 207/2009, la période d'usage pertinente doit être calculée à rebours à partir de la date de publication de la demande de marque contestée, et non à partir de la date de dépôt de ladite marque, comme cela aurait été le cas dans l'hypothèse où l'article 64, paragraphes 2 et 3, du règlement 2017/1001 était applicable. La demande de marque contestée ayant été publiée le 17 septembre 2014, la période de cinq années, mentionnée à l'article 57, paragraphes 2 et 3, du règlement no 207/2009 s'étend donc du 17 septembre 2009 au 16 septembre 2014 inclus et non du 4 septembre 2009 au 3 septembre 2014.

42 Partant, l'usage sérieux de la marque antérieure devait être démontré pour les périodes allant du 8 avril 2015 au 7 avril 2020 et du 17 septembre 2009 au 16 septembre 2014.

43 Selon la jurisprudence, il suffit qu'une marque ait fait l'objet d'un usage sérieux pendant une partie de la période d'usage pertinente visée à l'article 57, paragraphes 2 et 3, du règlement no 207/2009 [voir, par analogie, arrêt du 24 janvier 2024, *Tiendanimal/EUIPO - Salvana Tiernahrung (SALVAJE)*, T-55/23, non publié, EU:T:2024:30, point 46 et jurisprudence citée].

44 Or, bien que la chambre de recours ait apprécié les preuves de l'usage au cours de la période de cinq années précédant la date de dépôt de la demande de la marque antérieure, à savoir du 4 septembre 2009 au 3 septembre 2014, ces mêmes preuves restent pertinentes pour prouver l'usage sérieux de ladite marque au cours des cinq années précédant la publication de la demande de la marque, à savoir du 17 septembre 2009 au 16 septembre 2014 inclus, puisque ces éléments de preuve relèvent tous de la période comprise entre le 17 septembre 2009 et le 16 septembre 2014. En effet, ainsi qu'il ressort des éléments du dossier du Tribunal, les éléments de preuve produits par l'intervenante devant l'EUIPO, aux fins de démontrer l'usage sérieux de la marque antérieure, couvrent les années 2009 à 2014.

45 Ainsi, même si les dates concernant la seconde période d'usage pertinente ne sont pas correctement mentionnées dans la décision attaquée, cette circonstance ne remet pas en cause le fait que la preuve de l'usage sérieux de la marque antérieure a été apportée pour la période pertinente.

46 En ce qui concerne l'argument de la requérante selon lequel la preuve de l'usage présentée par l'intervenante concernait la marque MICHAEL KORS, sans les lettres majuscules jointes « MK », la chambre de recours a conclu, en substance, aux points 63 à 73 de la décision attaquée, que l'usage de la marque antérieure était démontré sous des formes qui n'altéraient pas son caractère distinctif. Tout d'abord, la chambre de recours a, au point 7 de la décision attaquée, énuméré d'une manière non exhaustive les éléments de preuve présentés par l'intervenante à la demande de preuve de l'usage. Ensuite, la chambre de recours a considéré, au point 66 de la décision attaquée, que les termes « michael kors », compris comme un prénom masculin et un nom de famille, étaient distinctifs par rapport à l'ensemble des produits couverts par la marque antérieure. Ainsi, les lettres majuscules jointes « MK », qui seraient perçues comme l'abréviation dudit nom, étaient également distinctives, ayant une importance légèrement moindre que celle du nom complet dont elles étaient l'abréviation et qui serait reconnu comme l'origine commerciale des produits concernés. En outre, au point 67 de la décision attaquée, la chambre de recours a considéré, en substance, que, sous certaines formes de la marque antérieure telle qu'utilisée, l'omission de la combinaison des lettres majuscules « MK » n'altérerait pas le caractère distinctif de la marque antérieure telle qu'enregistrée. De plus, dans d'autres éléments de preuve, l'élément « mk » étant plus grand et placé au-dessus de l'élément « michael kors » avec ou sans cercle, il ne présenterait pas une différence altérant le caractère distinctif de la marque antérieure telle qu'enregistrée. Enfin, la chambre de recours a, en substance, relevé, au point 71 de la décision attaquée, que les éléments de preuve présentaient d'autres variantes de la marque antérieure, mais que, toutefois, les différentes couleurs n'altéraient pas le caractère distinctif de la marque antérieure telle qu'enregistrée.

47 À cet égard, il y a lieu de rappeler que la marque antérieure, telle qu'enregistrée, est une marque figurative. Il ressort des points 65 et 71 de la décision attaquée et du dossier de la procédure devant l'EUIPO, transmis au Tribunal, que les éléments de preuve de l'usage sérieux de la marque antérieure fournis par l'intervenante concernent l'usage de cette marque, notamment, sous les formes suivantes :

Image not found, MICHAEL KORS, Image not found, Image not found.

48 Premièrement, c'est à juste titre que la chambre de recours a, au point 66 de la décision attaquée, considéré que l'élément « michael kors » de la marque antérieure était compris comme un prénom masculin et un nom de famille de sorte qu'il était distinctif par rapport à l'ensemble des produits couverts par la marque antérieure.

49 Deuxièmement, quant aux lettres majuscules jointes « MK », comme l'a relevé à juste titre la chambre de recours, elles seront perçues comme l'abréviation du nom Michael Kors. Toutefois, il ne saurait être considéré qu'elles aient un caractère distinctif moindre que celui de l'élément « michael kors » (voir point 66 de la décision attaquée). En effet, ainsi que l'a relevé la chambre de recours à juste titre, au point 140 de la décision attaquée, l'élément « MK » avait un caractère distinctif et attirait l'attention du consommateur moyen en raison de sa position centrale dans l'impression d'ensemble produite par la marque antérieure.

50 Troisièmement, force est de constater que les éléments verbaux constituant la marque antérieure, à savoir « mk », « michael » et « kors », apparaissent avec des stylisations différentes (voir point 47 ci-dessus), dans la majorité des éléments de preuve produits par l'intervenante, à savoir, notamment, dans les catalogues sur les produits concernés, sur les images des campagnes publicitaires, sur les aperçus de la publicité numérique, sur les factures de consommateurs et dans les articles de presse et les éditoriaux.

51 À cet égard, il y a lieu de rappeler que la fonction essentielle d'une marque est de garantir l'identité d'origine des produits pour lesquels elle a été enregistrée (voir point 27 ci-dessus). Étant donné que l'élément verbal « mk michael kors » figurant dans la marque stylisée dans les formes indiquées au point 47 ci-dessus possède, à lui seul, un certain caractère distinctif, force est de constater que la marque antérieure, telle que stylisée, est en principe de nature à remplir cette fonction essentielle.

52 Par ailleurs, en ce qui concerne l'ajout des éléments supplémentaires sur certains éléments de preuve produits par l'intervenante, à savoir la répétition de l'élément verbal « michael », l'élément figuratif ayant une forme géométrique simple circulaire et les différentes couleurs, la chambre de recours a, à juste titre, considéré que ceux-ci n'altéraient pas le caractère distinctif de la marque antérieure telle qu'enregistrée. En effet, les lettres majuscules jointes « MK » placées à côté, au-dessus ou au-dessous de l'élément « michael kors » seront perçues comme l'abréviation dudit nom, le mot supplémentaire « michael » n'est qu'une simple répétition du prénom masculin déjà contenu dans le signe et la différence de taille des éléments, leur disposition et les différentes couleurs ne sont pas fantaisistes au point d'altérer le caractère distinctif du signe tel qu'il a été enregistré.

53 Quatrièmement, même à supposer que l'omission de l'élément « mk » puisse altérer le caractère distinctif de la marque antérieure, il suffit de rappeler que c'est la prise en considération de l'ensemble des éléments soumis à l'appréciation de la chambre de recours qui doit permettre d'établir la preuve de l'usage sérieux d'une marque [voir arrêt du 14 juin 2023, Stone Brewing/EUIPO - Molson Coors Brewing Company (UK) (STONE BREWING), T-200/20, non publié, EU:T:2023:330, point 66 et jurisprudence citée]. Partant, ainsi qu'il ressort du point 50 ci-dessus, les éléments « mk » et « michael kors » de la marque antérieure apparaissent dans la majorité des éléments de preuve produits par l'intervenante, de sorte que l'usage sérieux de la marque antérieure peut être établi.

54 Cinquièmement, en ce qui concerne l'argument de la requérante selon lequel la chambre de recours se réfère à la marque

contestée au regard de l'élément « michael kors » et non de l'élément « mk michael kors », il convient de constater que la requérante procède à une lecture erronée de la décision attaquée. En effet, il suffit de relever que, au point 73 de la décision attaquée, la chambre de recours a conclu que les formes sous lesquelles la marque antérieure avait été présentée étaient reconnaissables et lisibles en tant que « mk michael kors » et, par conséquent, que l'usage de la marque antérieure sous ces formes n'altérerait pas son caractère distinctif et devrait être pris en considération lors de l'appréciation de la preuve de l'usage.

55 Dès lors, c'est sans commettre d'erreur d'appréciation que la chambre de recours a, au point 73 de la décision attaquée, considéré, en substance, que l'intervenante avait fourni suffisamment de preuves afin de démontrer l'usage de la marque antérieure sous une forme qui n'altérerait pas son caractère distinctif.

56 Il résulte de tout ce qui précède que le troisième moyen doit être écarté comme non fondé.

Sur le quatrième moyen, tiré d'une violation de l'article 53, paragraphe 1, sous a), du règlement no 207/2009, lu conjointement avec l'article 8, paragraphe 1, sous b), du même règlement

57 Dans le cadre du quatrième moyen, tiré d'une violation de l'article 53, paragraphe 1, sous a), du règlement no 207/2009, lu conjointement avec l'article 8, paragraphe 1, sous b), du même règlement, la requérante soutient, en substance, qu'il n'existe pas de risque de confusion entre la marque contestée et la marque antérieure au sens de l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement no 207/2009. En particulier, elle conteste, en substance, les conclusions de la chambre de recours concernant les éléments dominants et distinctifs des signes concernés, la comparaison visuelle, phonétique et conceptuelle desdits signes, ainsi que l'appréciation du risque de confusion.

58 L'EUIPO, soutenu par l'intervenante, conteste les arguments de la requérante.

59 À cet égard, le Tribunal relève que le quatrième moyen soulevé par la requérante repose sur une lecture erronée de la décision attaquée. En effet, force est de constater que la chambre de recours a procédé à la comparaison des signes concernés au sens de l'article 53, paragraphe 1, sous a), du règlement no 207/2009, lu conjointement avec l'article 8, paragraphe 5, de ce même règlement. Elle n'a donc pas fondé la décision attaquée sur l'article 53, paragraphe 1, sous a), du règlement no 207/2009, lu conjointement avec l'article 8, paragraphe 1, sous b), de ce même règlement. Partant, le présent moyen est inopérant.

60 Toutefois, dans la mesure où les arguments de la requérante doivent être compris comme visant à critiquer l'appréciation de la chambre de recours concernant les éléments dominants et distinctifs des signes concernés et leur similitude sur les plans visuel, phonétique et conceptuel, il convient d'examiner cette argumentation dans le cadre de l'appréciation de la similitude des signes concernés au sens de l'article 53, paragraphe 1, sous a), du règlement no 207/2009, lu conjointement avec l'article 8, paragraphe 5, du même règlement (voir points 83 à 120 ci-après).

61 Il s'ensuit que le quatrième moyen de la requérante doit être écarté comme inopérant.

Sur le cinquième moyen, tiré d'une violation de l'article 53, paragraphe 1, sous a), du règlement no 207/2009, lu conjointement avec l'article 8, paragraphe 5, du même règlement

62 Dans le cadre du cinquième moyen tiré d'une violation de l'article 53, paragraphe 1, sous a), du règlement no 207/2009, lu conjointement avec l'article 8, paragraphe 5, du même règlement, la requérante conteste, en substance, les conclusions de la chambre de recours concernant, d'une part, la renommée de la marque antérieure et, d'autre part, la comparaison entre les signes concernés.

63 L'EUIPO et l'intervenante contestent les arguments de la requérante.

64 Aux termes de l'article 53, paragraphe 1, sous a), lu conjointement avec l'article 8, paragraphe 5, du règlement no 207/2009, sur demande du titulaire d'une marque antérieure, au sens de l'article 8, paragraphe 2, dudit règlement (devenu article 8, paragraphe 2, du règlement 2017/1001), une marque de l'Union européenne est également déclarée nulle 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, dans le cas d'une marque de l'Union européenne antérieure, elle jouit d'une renommée dans l'Union européenne 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 contestée tirerait indûment profit du caractère distinctif ou de la renommée de la marque antérieure ou qu'il leur porterait préjudice.

65 La protection élargie accordée à la marque antérieure par l'article 8, paragraphe 5, du règlement no 207/2009 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 contestée 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 [voir, en ce sens, arrêts du 22 mars 2007, Sigla/OHMI - Elleni Holding (VIPS), T-215/03, EU:T:2007:93, point 34 et jurisprudence citée, et

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].

66 S'agissant, plus particulièrement, de la quatrième des conditions d'application de l'article 8, paragraphe 5, du règlement no 207/2009, celle-ci vise trois types de risques distincts et alternatifs, à savoir que l'usage sans juste motif de la marque contestée, premièrement, porte préjudice au caractère distinctif de la marque antérieure, deuxièmement, porte préjudice à la renommée de la marque antérieure ou, troisièmement, tire indûment profit du caractère distinctif ou de la renommée de la marque antérieure. Le premier type de risque visé par cette disposition est caractérisé lorsque la marque antérieure n'est plus en mesure de susciter une association immédiate avec les produits pour lesquels elle est enregistrée et employée. Il vise la dilution de la marque antérieure à travers la dispersion de son identité et de son emprise sur l'esprit du public. Le deuxième type de risque visé est constitué lorsque les produits ou les services visés par la marque contestée peuvent être perçus par le public d'une manière telle que la force d'attraction de la marque antérieure s'en trouve diminuée. Le troisième type de risque visé est celui que l'image de la marque renommée ou les caractéristiques projetées par cette dernière soient transférées aux produits désignés par la marque contestée, de sorte que leur commercialisation puisse être facilitée par cette association avec la marque antérieure renommée. Il convient cependant de souligner que, dans aucun de ces cas, l'existence d'un risque de confusion entre les marques en conflit n'est requise, le public pertinent devant seulement pouvoir établir un lien entre elles sans toutefois devoir forcément les confondre (voir, en ce sens, arrêt du 22 mars 2007, VIPS, T-215/03, EU:T:2007:93, points 36 à 42 et jurisprudence citée).

Sur le public pertinent

67 La chambre de recours a, aux points 105 à 108 de la décision attaquée, considéré que les produits relevant des classes 18 et 25, couverts par les marques concernées, s'adressaient au grand public composé de consommateurs moyens faisant preuve d'un niveau d'attention moyen. Par ailleurs, elle a, au point 113 de la décision attaquée, conclu que le territoire pertinent était celui de l'ensemble de l'Union.

68 Ces appréciations, au demeurant non contestées par la requérante, sont exemptes d'erreur et doivent donc être approuvées.

Sur la renommée de la marque antérieure

69 La requérante soutient, en substance, que la marque antérieure ne jouit pas d'une renommée. En particulier, elle fait valoir que la preuve de la renommée porte sur l'élément « michael kors » et non sur l'élément « mk michael kors », ou sur l'élément « mk » reproduit séparément. Ainsi, le caractère distinctif de la marque antérieure serait altéré dans ces éléments de preuve.

70 L'EUIPO, soutenu par l'intervenante, conclut au rejet des arguments de la requérante.

71 La chambre de recours a, aux points 109 à 127 de la décision attaquée, conclu que la marque antérieure jouissait d'une forte renommée auprès du grand public et était connue comme une marque emblématique et de luxe. Cette conclusion de la chambre de recours était fondée, ainsi qu'il ressort des points 115 à 123 de la décision attaquée, sur l'ensemble des éléments de preuve produits par l'intervenante relatifs à différents pays de l'Union, notamment, à l'Italie, à la France, à l'Allemagne, à l'Espagne, aux Pays-Bas, au Luxembourg et à la Belgique.

72 En particulier, premièrement, la chambre de recours a relevé que l'intervenante avait fourni des données relatives aux ventes des produits concernés dans les différents pays de l'Union lors de périodes allant de 2010 à 2018. Deuxièmement, elle a considéré que le public était fortement exposé à la marque antérieure par des campagnes publicitaires dans les grands magazines et les publications hebdomadaires et sur les réseaux sociaux. Troisièmement, elle a estimé que la marque antérieure était considérée comme constituant l'une des cent premières marques pour les membres de la génération Y et l'une des marques les plus connues dans le domaine de la mode et des produits de luxe à l'échelle mondiale. Quatrièmement, elle a relevé, en substance, que les éléments de la marque antérieure étaient visibles sur les devantures des magasins, comme au Royaume-Uni et en Espagne, dans lesquels les produits couverts par la marque antérieure étaient exposés. Par ailleurs, la chambre de recours a, au point 124 de la décision attaquée, considéré, en substance, que, dans presque tous les éléments de preuve, l'élément « michael kors » était utilisé conjointement avec les produits couverts par la marque antérieure, de sorte qu'un lien pouvait être établi entre le nom Michael Kors et l'abréviation « mk » dans les cas dans lesquels le signe antérieur pouvait être perçu « séparément » dans lesdits produits.

73 Selon la jurisprudence, pour satisfaire à la condition relative à la renommée, une marque doit être connue d'une partie significative du public concerné par les produits couverts par celle-ci. Dans l'examen de cette condition, il convient de prendre en considération tous les éléments pertinents de la cause, à savoir, notamment, la part de marché détenue par la marque antérieure, l'intensité, l'étendue géographique et la durée de son usage ainsi que l'importance des investissements réalisés par l'entreprise pour sa promotion, sans qu'il soit exigé que cette marque soit connue d'un pourcentage déterminé du public ainsi défini ou que sa renommée s'étende à la totalité du territoire concerné, dès lors que la renommée existe dans une partie substantielle de celui-ci [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 87 et jurisprudence citée].

74 La renommée d'une marque antérieure doit être établie à la date de dépôt de la demande de la marque contestée [voir arrêt du 16 octobre 2018, VF International/EUIPO - Virmani (ANOKHI), T-548/17, non publié, EU:T:2018:686, point 103 et jurisprudence citée]. Toutefois, les documents portant une date postérieure à cette date ne sauraient être privés de valeur

probante s'ils permettent de tirer des conclusions sur la situation telle qu'elle se présentait à cette même date. Il ne saurait être exclu, a priori, qu'un document établi un certain temps avant ou après cette date puisse contenir des indications utiles compte tenu du fait que la renommée d'une marque s'acquiert, en général, progressivement. La valeur probante d'un tel document est susceptible de varier en fonction de la proximité plus ou moins élevée de la période couverte avec la date de dépôt [voir arrêt du 16 décembre 2010, Rubinstein/OHMI - Allergan (BOTOLIST), T-345/08 et T-357/08, non publié, EU:T:2010:529, point 52 et jurisprudence citée].

7 5 En l'espèce, la renommée de la marque antérieure devait être établie, comme l'a relevé la chambre de recours, au 4 septembre 2014, date de dépôt de la demande d'enregistrement de la marque contestée.

76 Il convient de relever que, afin de considérer la renommée de la marque antérieure comme établie, la chambre de recours s'est fondée sur les éléments de preuve énumérés au point 7 de la décision attaquée. Ces éléments comprennent, notamment, des catalogues, des campagnes publicitaires, des présentations de presse, des diffusions de défilés et d'événements, des grands panneaux d'affichage, des promotions intensives sur les réseaux sociaux, des promotions dans les grands magazines, notamment dans Vogue, Elle, Glamour, InStyle, Marie Claire, Tatler Vogue, des articles de presse, notamment, dans le Daily Mail, des données relatives aux ventes importantes, des factures et des projets de marketing importants dans différents pays de l'Union, notamment en France, en Italie, en Espagne, en Allemagne et aux Pays-Bas, sur lesquels figurait la marque antérieure.

77 Lesdits éléments de preuve datent de la période allant de 2009 à 2018 et contiennent des indications utiles en ce qui concerne l'existence de la renommée à la date pertinente. Ils permettent de tirer des conclusions sur la connaissance d'une partie significative du public concerné de la marque antérieure en rapport avec les produits couverts par celle-ci.

7 8 Ainsi, il ressort du dossier de l'EUIPO que lesdits éléments de preuve produits par l'intervenante, pris ensemble, démontrent de manière convaincante que, à la date pertinente, la marque antérieure était largement connue du public concerné, au sein de l'Union, en raison de son usage bien documenté, intensif et de longue date en rapport avec des « valises de transport, sacs, bagages, sacs à main, porte-monnaie et portefeuilles », relevant de la classe 18, et des « vêtements, chaussures, ceintures », relevant de la classe 25, pour lesquels, notamment, la marque antérieure était enregistrée.

79 C'est donc à juste titre que la chambre de recours a, au point 127 de la décision attaquée, conclu que la marque antérieure jouissait d'une renommée forte auprès du grand public et était connue comme une marque emblématique et de luxe.

80 Cette conclusion ne saurait être remise en cause par l'argument de la requérante selon lequel la renommée n'était pas démontrée pour la marque antérieure telle qu'enregistrée.

81 À cet égard, dans la mesure où les principes rappelés aux points 33 à 36 ci-dessus s'appliquent, mutatis mutandis, lorsque la preuve de la renommée d'une marque, au sens de l'article 8, paragraphe 5, du règlement no 207/2009, porte sur des formes qui diffèrent par des éléments n'altérant pas le caractère distinctif de cette marque dans la forme sous laquelle elle a été enregistrée [voir, par analogie, arrêt du 9 septembre 2020, Novomatic/EUIPO - Brouwerij Haacht (PRIMUS), T-669/19, non publié, EU:T:2020:408, point 31], il convient de constater que la majorité des éléments de preuve fournis par l'intervenante porte sur l'usage de la marque antérieure sous une forme n'altérant pas son caractère distinctif (voir points 50 à 54 ci-dessus), de sorte que, en conséquence, une renommée était bien associée à ladite marque.

82 C'est donc sans commettre d'erreur d'appréciation que la chambre de recours a considéré que, dans leur ensemble, les éléments de preuve produits par l'intervenante étaient suffisants pour démontrer, à la date pertinente, une forte renommée de la marque antérieure au sein de l'Union pour les produits relevant des classes 18 et 25.

Sur la comparaison entre les signes concernés

83 Dans la mesure où il ressort des points 57 et 60 ci-dessus que les arguments de la requérante doivent être compris comme visant à critiquer l'appréciation de la chambre de recours concernant les éléments dominants et distinctifs des signes concernés et leur similitude sur les plans visuel, phonétique et conceptuel au sens de l'article 53, paragraphe 1, sous a), du règlement no 207/2009, lu conjointement avec l'article 8, paragraphe 5, du même règlement, il y a lieu de les examiner ci-après.

84 L'EUIPO, soutenu par l'intervenante, conteste les arguments de la requérante.

8 5 À titre liminaire, il y a lieu de rappeler que l'existence d'une similitude entre une marque antérieure et une marque contestée constitue une condition d'application commune à l'article 8, paragraphe 1, sous b), et à l'article 8, paragraphe 5, du règlement no 207/2009. Cette condition présuppose l'existence, notamment, d'éléments de ressemblance visuelle, phonétique ou conceptuelle [voir, en ce sens, arrêt du 6 juillet 2022, ALO jewelry CZ/EUIPO - Cartier International (ALOVE), T-288/21, non publié, EU:T:2022:420, point 39 et jurisprudence citée].

86 Toutefois, le degré de similitude requis dans le cadre de l'une et de l'autre desdites dispositions est différent. En effet, tandis que la mise en œuvre de la protection instaurée par l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement no 207/2009 est subordonnée à la constatation d'un degré tel de similitude entre les marques en conflit qu'il existe, dans l'esprit du public concerné, un risque de confusion entre celles-ci, l'existence d'un tel risque n'est pas requise pour la protection conférée par le paragraphe 5 de ce même article. Ainsi, les atteintes visées à l'article 8, paragraphe 5, du règlement no 207/2009 peuvent

être la conséquence d'un degré moindre de similitude entre les marques antérieure et contestée, pour autant que celui-ci soit suffisant pour que le public pertinent effectue un rapprochement entre lesdites marques, c'est-à-dire établisse un lien entre celles-ci. En revanche, il ne ressort ni du libellé desdites dispositions ni de la jurisprudence que la similitude entre les marques en conflit devrait être appréciée de manière différente selon qu'elle est effectuée au regard de l'une ou de l'autre de ces dispositions (arrêt du 24 mars 2011, Ferrero/OHMI, C-552/09 P, EU:C:2011:177, points 53 et 54).

87 Il s'ensuit que la comparaison des signes en conflit doit, en ce qui concerne la similitude visuelle, phonétique et conceptuelle, être fondée sur l'impression d'ensemble produite par ceux-ci, en tenant compte, notamment, de leurs éléments distinctifs et dominants [voir arrêt du 25 janvier 2012, Viaguara/OHMI - Pfizer (VIAGUARA), T-332/10, non publié, EU:T:2012:26, point 32 et jurisprudence citée].

88 En l'espèce, d'une part, il convient de constater que la marque antérieure était composée des lettres majuscules jointes « MK » écrites dans une police de caractères simple, en gras et de couleur noire et superposées à l'élément verbal « michael kors » écrit en majuscule dans une police de caractères standard, en gras et de couleur noire. D'autre part, la marque contestée était composée des lettres majuscules jointes « MK » écrites dans une police de caractères en gras et de couleur blanche sur un fond circulaire noir ayant un cadre noir, dans la partie inférieure duquel figurait l'élément verbal « michael michele » écrit en majuscule dans une police de caractères standard de couleur blanche.

- Sur les éléments distinctifs et dominants des marques concernées

89 La requérante avance, en substance, qu'en raison de la nature répandue du prénom Michael, les éléments distinctifs des marques concernées seront les noms de famille, à savoir Kors pour la marque antérieure et Michele pour la marque contestée.

90 L'EUIPO, soutenu par l'intervenante, conteste les arguments de la requérante.

91 Aux fins d'apprécier le caractère distinctif d'un élément composant une marque, il y a lieu d'examiner l'aptitude plus ou moins grande de cet élément à contribuer et à identifier les produits pour lesquels la marque a été enregistrée comme provenant d'une entreprise déterminée et donc à distinguer ces produits de ceux d'autres entreprises. Lors de cette appréciation, il convient de prendre en considération, notamment, les qualités intrinsèques de l'élément en cause au regard de la question de savoir si celui-ci est ou non dénué de tout caractère descriptif des produits pour lesquels la marque a été enregistrée [voir, en ce sens, arrêt du 13 juin 2006, Inex/OHMI - Wiseman (Représentation d'une peau de vache), T-153/03, EU:T:2006:157, point 35 et jurisprudence citée].

92 Lors de l'appréciation du caractère dominant d'un ou de plusieurs composants déterminés d'une marque complexe, il convient de prendre en compte, notamment, les qualités intrinsèques de chacun de ces composants en les comparant à celles des autres composants. En outre et de manière accessoire, peut être prise en compte la position relative des différents composants dans la configuration de la marque complexe [voir arrêt du 23 novembre 2010, Codorniu Napa/OHMI - Bodegas Ontañon (ARTESA NAPA VALLEY), T-35/08, EU:T:2010:476, point 35 et jurisprudence citée].

93 En l'espèce, d'une part, la chambre de recours a considéré qu'en raison du fait que l'élément « michael kors » de la marque antérieure faisait référence au nom d'un créateur de mode connu et donc que les lettres majuscules jointes « MK » seraient associées audit nom par le public pertinent, lesdits éléments étaient distinctifs. Elle a estimé qu'en raison de sa position centrale et supérieure dans l'impression d'ensemble produite par la marque antérieure ou de sa signification en tant qu'initiales du créateur de mode, l'élément « mk » était co-dominant, visuellement accrocheur et frappant. D'autre part, elle a constaté que l'élément « michael michele » de la marque contestée faisait référence à un prénom masculin, tandis que les lettres majuscules « M » et « K » ne seraient pas comprises comme une référence aux mots « michael » et « michele » et étaient donc dépourvues de signification pour le public pertinent. Elle a également considéré, en substance, que l'élément « mk » de la marque contestée, en raison de sa taille et de sa position par rapport aux autres éléments de ladite marque, était plus frappant que l'élément verbal « michael michele » et que l'élément figuratif ayant la forme des cercles géométriques de la marque contestée occupait une position secondaire.

94 En ce qui concerne l'élément commun « mk » des marques concernées, le Tribunal relève que la requérante ne conteste pas les conclusions de la chambre de recours selon lesquelles cet élément était doté d'un caractère distinctif moyen et était, pour la marque antérieure, co-dominant et, pour la marque contestée, visuellement accrocheur et frappant, en raison de sa position centrale et supérieure dans l'impression d'ensemble produite. Ces appréciations sont exemptes d'erreur d'appréciation.

95 Concernant l'argument de la requérante selon lequel les éléments dominants des marques concernées sont l'élément « kors » composant la marque antérieure et l'élément « michele » composant la marque contestée, il suffit de rappeler que, dans une marque composée, un nom de famille ne conserve pas dans tous les cas une position distinctive autonome au seul motif qu'il sera perçu comme un nom de famille (voir, en ce sens, ordonnance du 16 mai 2013, Arav/H.Eich et OHMI, C-379/12 P, non publiée, EU:C:2013:317, points 44 et 45 et jurisprudence citée).

96 Or, en l'absence d'éléments concrets relatifs à la perception du public dans toute l'Union fournis par la requérante, il n'y a pas lieu de considérer que les éléments « kors » de la marque antérieure et « michele » de la marque contestée seraient perçus comme un nom de famille ayant un caractère distinctif plus élevé.

97 Par ailleurs, s'agissant de l'élément figuratif de la marque contestée, il convient de conclure, à l'instar de la chambre de

recours, que le public pertinent percevra cet élément, ayant la forme de cercles géométriques, comme décoratif et dépourvu de caractère distinctif. Dès lors, c'est à juste titre que la chambre de recours a considéré que l'élément figuratif de la marque contestée avait une incidence secondaire dans la comparaison des signes.

98 Partant, d'une part, c'est à juste titre que la chambre de recours a, en substance, considéré que les éléments « mk » et « michael kors » de la marque antérieure étaient dotés d'un caractère distinctif moyen et que l'élément « mk » de la marque contestée était dépourvu de signification pour le public pertinent, tandis que l'élément « michael michele » faisait référence à un prénom masculin. D'autre part, elle a à juste titre conclu qu'en raison de sa taille et de sa position, l'élément commun des marques concernées, « mk », était plus frappant pour la marque contestée et co-dominant pour la marque antérieure, malgré l'existence des autres éléments verbaux non négligeables.

- Sur la comparaison visuelle

99 La requérante avance que, sur le plan visuel, les marques concernées, prises dans leur ensemble, sont différentes. Elle reproche à la chambre de recours de ne pas avoir considéré que la marque contestée contenait des éléments visuels reconnaissables qui n'occupaient pas une position secondaire et qui n'étaient pas descriptifs ou dépourvus de caractère distinctif. Elle souligne que la marque antérieure n'a pas de logotype distinctif. Elle avance également que l'aspect visuel des marques concernées devrait être pris en compte en raison de l'importance visuelle du domaine d'utilisation de ces marques, à savoir le secteur de la mode. Par ailleurs, selon elle, contrairement à la conclusion de la chambre de recours, l'élément « michael michele » de la marque contestée est clair et visible.

100 L'EUIPO conteste les arguments de la requérante.

101 En l'espèce, la chambre de recours a conclu, au point 143 de la décision attaquée, que les signes concernés avaient une structure et une composition globale similaires, dans lesquelles les lettres majuscules jointes « MK » étaient frappantes ou codominantes. Elle a également considéré, en substance, que les signes différaient par l'élément « kors » de la marque antérieure et l'élément « michele » de la marque contestée qui figuraient dans une position secondaire et par les couleurs de l'arrière-plan des cercles de la marque contestée. Ainsi, la chambre de recours a conclu que, malgré leurs différences, les signes concernés présentaient un degré moyen de similitude visuelle.

102 À cet égard, il convient de relever, à l'instar de la chambre de recours, qu'en raison de la taille et de la position centrale des lettres majuscules jointes « MK », écrites dans une police de caractères simple, et de la position initiale de l'autre élément commun « michael » écrit dans une police de caractères quasi-identique, les deux signes concernés avaient une structure globalement similaire.

103 Ainsi qu'il ressort du point 98 ci-dessus, l'élément « mk » est aussi, contrairement à ce que soutient la requérante, un élément frappant des signes concernés. Or, selon la jurisprudence, lorsque l'élément dominant de la marque antérieure est entièrement inclus dans la marque contestée, comme en l'espèce, les signes concernés présentent une certaine similitude sur le plan visuel [voir, en ce sens, arrêt du 19 avril 2016, 100 % Capri Italia/EUIPO - IN.PRO.DI (100 % Capri), T-198/14, non publié, EU:T:2016:222, point 99].

104 Bien que les signes concernés présentent des différences, il n'en reste pas moins que ces dernières ne permettent pas d'aboutir à la conclusion selon laquelle, comme le soutient la requérante, ces signes sont différents. D'une part, étant décoratif, l'élément figuratif de la marque contestée a, comme l'a relevé à juste titre la chambre de recours, une incidence secondaire dans la perception du public pertinent. D'autre part, bien que les éléments « kors » de la marque antérieure et « michele » de la marque contestée ne soient pas négligeables, leurs différences sont secondaires, en raison de la position secondaire et de la taille de ces éléments, et, partant, ne sont pas de nature à différencier les signes concernés.

105 Dans ces conditions, il convient de conclure que c'est à juste titre que la chambre de recours a considéré que le degré de similitude sur le plan visuel était moyen.

- Sur la comparaison phonétique

106 Selon la requérante, les marques concernées ont une structure globale différente qui résulte en des prononciations différentes, dès lors que le consommateur lirait la marque antérieure comme « michael kors » sans abréviation, alors qu'il lirait la marque contestée comme « mk michael michele ».

107 L'EUIPO défend les appréciations de la chambre de recours.

108 En l'espèce, la chambre de recours a considéré, au point 144 de la décision attaquée, que, dans la mesure où les signes concernés contenaient les éléments « mk » et « michael », il existait d'importantes similitudes dans leur prononciation malgré les différences engendrées par l'élément « kors » de la marque antérieure et l'élément « michele » de la marque contestée. Elle a rappelé que le consommateur moyen aurait tendance à abrégé oralement une marque comprenant plusieurs éléments afin de la rendre plus facile à prononcer que les signes longs et que les consommateurs retiendraient davantage le début ou le haut d'un signe. Pour cette raison, elle a considéré que, au regard de leurs positions secondaires et de leurs tailles plus petites, les éléments « michael kors » de la marque antérieure et « michael michele » de la marque contestée seraient omis lors de la prononciation des marques concernées, de sorte que les marques seraient désignées par l'élément « mk ». Ainsi, elle a conclu que les signes concernés présentaient un degré moyen de similitude phonétique.

109 Il convient de considérer, à l'instar de la chambre de recours, que, nonobstant le fait que les éléments « michael kors » de la marque antérieure et « michael michele » de la marque contestée sont différents, il existe des similitudes dans la prononciation des signes étant donné que, dans les deux, l'élément verbal « mk » est placé au centre des signes, alors que les éléments verbaux divergents sont placés en-dessous [voir, en ce sens et par analogie, ordonnance du 21 décembre 2022, Suicha/EUIPO - Michael Kors (Switzerland) International (MK MARKTOMI MARKTOMI), T -264/22, non publiée, EU:T:2022:861, point 55].

110 Ainsi que cela est mentionné, à juste titre, dans la décision attaquée, le consommateur moyen aura tendance, d'une part, à abrégé oralement une marque comprenant plusieurs termes afin de la rendre plus facile à prononcer et, d'autre part, à retenir généralement davantage le début d'un signe que sa fin [voir arrêt du 24 février 2016, Tayto Group/OHMI - MIP Metro (REAL HAND COOKED), T-816/14, non publié, EU:T:2016:93, point 76 et jurisprudence citée]. En effet, les consommateurs ont tendance à omettre certains éléments verbaux d'une marque lors de la prononciation de celle-ci, notamment, pour des raisons de simple économie de langage, si ces éléments sont aisément séparables [voir arrêt du 6 octobre 2017, Kofola Ěskslovensko/EUIPO - Mionetto (UGO), T-176/16, non publié, EU:T:2017:704, point 62 et jurisprudence citée].

111 En l'espèce, d'une part, il convient de relever que le public pertinent prononcera les éléments communs des signes, à savoir « mk » et « michael », de la même manière. D'autre part, la seule différence entre les éléments « kors » de la marque antérieure et « michele » de la marque contestée ne suffit pas pour conclure à l'absence de similitude des signes concernés sur le plan phonétique.

112 Partant, c'est à juste titre que la chambre de recours a estimé que les signes concernés présentaient un degré moyen de similitude phonétique.

- Sur la comparaison conceptuelle

113 La requérante considère que les marques concernées sont différentes sur le plan conceptuel étant donné qu'elles identifient des personnes différentes. Selon elle, ces différences sémantiques neutralisent les similitudes qui pourraient exister sur le plan verbal ou global.

114 L'EUIPO défend les appréciations de la chambre de recours.

115 En l'espèce, la chambre de recours a, au point 145 de la décision attaquée, conclu que les signes concernés présentaient un degré moyen de similitude conceptuelle dans la mesure où ils faisaient référence à l'élément « michael ».

116 Le Tribunal constate que l'élément commun des signes, « michael », sera identifié par le public pertinent comme étant un prénom, l'élément « kors » de la marque contestée comme étant un nom de famille et l'élément « michele » comme étant soit un nom de famille, soit une variante du prénom Michael. De telles significations permettent de procéder à une comparaison conceptuelle [voir, en ce sens, arrêt du 3 juin 2015, Giovanni Cosmetics/OHMI - Vasconcelos & Gonçalves (GIOVANNI GALLI), T-559/13, EU:T:2015:353, point 86 (non publié)].

117 Il y a lieu de relever qu'il existe une certaine similitude conceptuelle entre les signes concernés, car ils contiennent tous les deux le prénom masculin Michael [voir, en ce sens, arrêt du 3 juin 2015, GIOVANNI GALLI, T-559/13, EU:T:2015:353, point 88 (non publié) et jurisprudence citée].

118 Ainsi, c'est à juste titre que la chambre de recours a, au point 145 de la décision attaquée, considéré que les signes présentaient un degré moyen de similitude conceptuelle.

119 Par ailleurs, pour écarter l'argument de la requérante selon lequel la théorie de la neutralisation s'applique dans le cas d'espèce, de sorte que les similitudes sur les plans verbal ou global sont neutralisées par les différences conceptuelles qui sont facilement et rapidement reconnaissables par le public pertinent, il y a lieu de rappeler que, selon une jurisprudence constante, les différences conceptuelles entre deux signes concernés peuvent neutraliser leurs similitudes visuelles et phonétiques, pour autant qu'au moins l'un de ces signes a, pour le public pertinent, une signification claire et déterminée, de telle sorte que ce public est susceptible de la saisir directement (voir arrêt du 5 octobre 2017, Wolf Oil/EUIPO, C-437/16 P, non publié, EU:C:2017:737, point 43 et jurisprudence citée). Or, en l'espèce, et comme cela ressort du point 118 ci-dessus, il convient de relever que les signes présentaient un degré moyen de similitude conceptuelle, il n'y a donc pas lieu d'appliquer la théorie de la neutralisation.

120 Il résulte de tout ce qui précède que les marques concernées présentaient un degré moyen de similitude sur les plans visuel, phonétique et conceptuel.

Sur le lien entre les marques concernées

121 La chambre de recours a considéré, aux points 147 à 154 de la décision attaquée, que le public pertinent serait raisonnablement en mesure d'établir une association mentale entre la marque antérieure et la marque contestée. En particulier, tout d'abord, elle a relevé que la marque antérieure jouissait d'une renommée pour les « valises de transport, sacs, bagages, sacs à main, porte-monnaie et portefeuilles », relevant de la classe 18 et les « vêtements, chaussures, ceintures », relevant de la classe 25. Ensuite, elle a considéré que les signes présentaient, malgré leurs différences, un degré moyen de

similitude visuelle et phonétique. S'agissant des produits couverts par les marques concernées qui s'adressaient au grand public, la chambre de recours a relevé qu'ils étaient en partie identiques et en partie étroitement liés les uns aux autres dans la mesure où ils appartenaient aux mêmes marchés et à des marchés étroitement liés dans le secteur de la mode. Partant, la chambre de recours a considéré, en substance, que la structure visuelle identique, la similitude conceptuelle, la proximité entre les produits concernés et la renommée dont jouissait la marque antérieure pour les produits relevant des classes 18 et 25 étaient des éléments suffisants pour créer un lien entre les marques concernées dans l'esprit du public pertinent.

122 Ces appréciations de la chambre de recours, qui ne sont au demeurant pas contestées par la requérante, doivent être approuvées.

Sur le profit indûment tiré et sur l'absence de juste motif

123 La chambre de recours a considéré, aux points 155 à 163 de la décision attaquée, que les déclarations de l'intervenante étaient suffisantes pour prouver que la requérante cherchait effectivement à se placer dans le sillage de la marque renommée afin de bénéficier du pouvoir d'attraction et d'exploiter, sans compensation financière, l'effort commercial déployé par l'intervenante pour créer et entretenir l'image de la marque antérieure. Ainsi, la chambre de recours a conclu, au point 162 de la décision attaquée, que l'usage par la requérante des produits relevant des classes 18 et 25 tirait indûment profit de la renommée de la marque antérieure pour les « valises de transport, sacs, bagages, sacs à main, porte-monnaie et portefeuilles », relevant de la classe 18, et les « vêtements, chaussures, ceintures » relevant de la classe 25. En outre, la chambre de recours a, au point 165 de la décision attaquée, relevé que la requérante n'avait ni revendiqué ni prouvé l'existence d'un juste motif permettant d'utiliser une marque portant atteinte à une marque renommée.

124 Il y a lieu d'approuver ces conclusions de la chambre de recours, qui, au demeurant, ne sont pas contestées par la requérante.

125 Dans ces conditions, c'est sans commettre d'erreur d'appréciation que la chambre de recours a, au point 166 de la décision attaquée, considéré que la demande en nullité était fondée au sens de l'article 53, paragraphe 1, sous a), du règlement no 207/2009, lu conjointement avec l'article 8, paragraphe 5, de ce même règlement.

126 Partant, il y a lieu d'écarter le cinquième moyen de la requérante comme non fondé.

Sur le deuxième moyen tiré d'une violation de l'article 52, paragraphe 1, du règlement no 207/2009

127 Dans le cadre du deuxième moyen, tiré d'une violation de l'article 52, paragraphe 1, du règlement no 207/2009, la requérante soutient, en substance, que l'intervenante n'a pas démontré sa mauvaise foi au moment du dépôt de la marque contestée. Elle ajoute que l'intervenante n'a pas prouvé qu'elle avait connaissance de l'existence et de l'usage d'une marque similaire ni que sa volonté était de lui porter préjudice ou de tirer profit de son image. Par ailleurs, selon la requérante, le consommateur peut différencier de manière simple et rapide les marques concernées.

128 L'EUIPO, soutenu par l'intervenante, conteste les arguments de la requérante.

129 En l'espèce, il ressort des points 166 à 168 de la décision attaquée que la chambre de recours n'a accueilli la demande en nullité qu'en ce qu'elle était fondée sur l'article 53, paragraphe 1, sous a), du règlement no 207/2009, lu conjointement avec l'article 8, paragraphe 5, dudit règlement. Elle n'a pas examiné les autres motifs de nullité et les droits antérieurs invoqués par l'intervenante. Or, il n'appartient pas au Tribunal de statuer sur une question qui n'a pas été examinée par la chambre de recours [voir, en ce sens, arrêt du 26 janvier 2022, Diego/EUIPO - Forbo Financial Services (WOOD STEP LAMINATE FLOORING), T-498/20, non publié, EU:T:2022:26, point 21 et jurisprudence citée].

130 Dès lors, le moyen tiré d'une violation de l'article 52, paragraphe 1, du règlement no 207/2009 doit être écarté.

131 Au vu de l'ensemble des considérations qui précèdent, il y a lieu de rejeter le recours dans son intégralité, sans qu'il soit besoin de se prononcer sur la recevabilité du deuxième chef de conclusions de la requérante.

Sur les dépens

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

133 La requérante ayant succombé, il y a lieu de la condamner aux dépens exposés par l'intervenante, conformément aux conclusions de cette dernière. En revanche, l'EUIPO n'ayant conclu à la condamnation de la requérante aux dépens qu'en cas de convocation à une audience, il convient, en l'absence d'organisation d'une audience, de décider que l'EUIPO supportera ses propres dépens.

Par ces motifs,

LE TRIBUNAL (sixième chambre)

déclare et arrête :

- 1) Le recours est rejeté.
- 2) Tecom Master, SL, supportera, outre ses propres dépens, ceux exposés par Michael Kors (Switzerland) International GmbH.
- 3) L'Office de l'Union européenne pour la propriété intellectuelle (EUIPO) supportera ses propres dépens.

Costeira

Kancheva

Tichy-Fisslberger

Ainsi prononcé en audience publique à Luxembourg, le 22 janvier 2025.

Signatures

* Langue de procédure : l'anglais