

**DÉCISION**  
**de la Première chambre de recours**  
**du 12 juin 2025**

Dans l'affaire R 95/2025-1

**PIERRE BALMAIN, S.A.S.**

44, rue François 1er  
75008 Paris  
France

Demanderesse / Demanderesse au recours

représentée par Ingenias, Av. Diagonal, 514, 1-4, 08006 Barcelona, Espagne

RECOURS concernant la demande de marque de l'Union européenne n° 18 563 991

LA PREMIÈRE CHAMBRE DE RECOURS

composée de G. Humphreys Bacon (Président), A. González Fernández (Rapporteur) et  
C. Bartos (Membre)

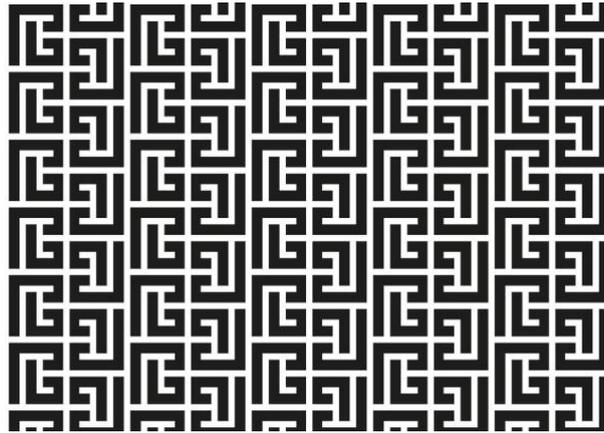
Greffier : H. Dijkema

rend la présente

## Décision

### Résumé des faits

- 1 Par une demande qui s'est vu attribuer la date de dépôt du 22 septembre 2021, PIERRE BALMAIN, S.A.S. (ci-après « la demanderesse »), revendiquant l'ancienneté de la marque française n° 4 648 521 déposée le 18 mai 2020 et enregistrée le 23 juillet 2021, a sollicité l'enregistrement de la marque figurative



(« la marque contestée ») comme marque de l'Union européenne « MUE » pour, après modification en date du 18 novembre 2021, les produits suivants :

Classe 9: *Appareils et instruments scientifiques, de recherche, photographiques, cinématographiques, audiovisuels, optiques à savoir lunettes; lunettes optiques; lunettes de soleil; lunettes de sport; lunettes teintées ou anti-éblouissantes; lunettes de protection; lunettes 3 D; montures de lunettes; étuis à lunettes et étuis pour verres de contact; cordons et chaînes de lunettes; loupes; lentilles optiques; lentille de contact; verres optiques; verres correcteurs (optique); verres de lunettes; verres teintés ou filtrant; verres de protection; verres grossissants; jumelles (optique); jumelles de théâtre; pince-nez; articles de lunetterie; appareils pour l'enregistrement, la transmission, la reproduction du son ou des images; casques audio et casques vidéo; écouteurs; casques de réalité virtuelle et augmentée; enceintes acoustiques avec ou sans fils pour la musique; supports d'enregistrements magnétiques; disques acoustiques; disques compacts; DVD; clés USB et autres supports d'enregistrement numériques; mécanismes pour appareils à prépaiement; caisses enregistreuses; machines à calculer et équipement pour le traitement de l'information; tablettes; ordinateurs et périphériques d'ordinateurs; logiciels; tapis de souris; étuis pour tablettes; pour téléphones mobiles et ordinateurs portables; accessoires pour téléphones, téléphones portables, smartphones, tablettes, PDA (assistants personnels numériques) et lecteurs MP3, à savoir nécessaires mains libres pour téléphones, batteries, housses, étuis, coques, façades, chargeurs, dragonnes pour téléphones portables, lanières de poignet ou lanières tour de cou; casques de protection; étui pour les téléphones portables.*

Classe 14: *Métaux précieux et leurs alliages; objets d'art (en métaux précieux); articles de joaillerie et de bijouterie (y compris bijouterie de fantaisie) en métaux précieux, en alliages et en plaqué, à savoir anneaux, bagues, boucles d'oreille, bracelets, broches,*

*pendentifs, breloques, chaînes et chaînes de montres, colliers, médailles, médaillons, parures; ornements de chapeaux (bijouterie); épingles (bijouterie); épingles de parures; épingles à cravates; boutons de manchette; articles de bijouterie pour chaussures; joaillerie, bijouterie, pierres précieuses, pierres fines, perles; écrins et coffrets à bijoux; porte-clefs en métaux précieux, en alliages ou en plaqué.*

*Classe 18: Cuir et imitations du cuir, produits en ces matières non compris dans d'autres classes, à savoir boîtes en cuir, boîtes en carton-cuir; garnitures de cuir pour meubles, sachets (enveloppes, pochettes) pour l'emballage en cuir; sacs, à savoir sacs à main, sacs de voyage, sacs à dos, sacs de plage, sacs de sport, sacs à roulettes, sacs à bandoulière, cabas, sacs à provisions, bagages, cartables, serviettes et sacs d'écoliers, sacs à porter à la ceinture, sacoches, sacs-housse pour vêtements; trousse de voyage; sangles de cuir; mallettes pour documents, porte-documents, porte-billets, attaché-cases; sacs à main de soirée; pochettes (maroquinerie); bourses, coffrets destinés à contenir des articles de toilette et de cosmétique dit "vanity-cases"; petite maroquinerie, à savoir portefeuilles, porte-monnaie non en métaux précieux, porte-cartes, étuis pour les clefs; porte-étiquettes à bagages; peaux d'animaux et imitations de peaux d'animaux; malles et valises; ensembles de voyage (articles de maroquinerie); parapluies, parasols et cannes; fouets et sellerie; vêtements pour animaux; sacs de transport pour les animaux.*

*Classe 24: Tissus à usage textile; textiles non tissés et produits textiles non compris dans d'autres classes à savoir linge de bain (à l'exception de l'habillement); linge de maison; linge de lit; linge de table; linge de toilette; serviettes à savoir de toilette, de plage, de sport; couvertures de voyage; rideaux; tentures murales; mouchoirs de poche; couvertures de lit et de table; tous les articles précités, en matières textiles; textiles et succédanés de textiles; rideaux en matières plastiques; étoffes de démaquillage; housses pour coussins; tapis de billards.*

*Classe 25: Vêtements, chaussures et chapellerie; bonneterie; vêtements (habillement) pour femmes, hommes et enfants, à savoir robes; jupes; jupons; jupes-culottes; costumes; tailleurs; smokings; pantalons; shorts; bermudas; caleçons; chemises; chemisiers; corsages; blouses; tee-shirts; sweat-shirts; gilets; vestes; cardigans; pull-overs; chandails; pèlerines; parkas; anoraks; manteaux; gabardines; imperméables; fourrures; étoles; écharpes; châles; foulards; bandeaux pour la tête (habillement); gants; cravates; ceintures (habillement); chaussettes; bas; collants; lingerie; sous-vêtements; pyjamas; robes de chambre; maillots de bain; peignoirs de bain; bretelles; vêtements en cuir ou en imitation du cuir; survêtements; vêtements de sport; chaussures (à l'exception des chaussures orthopédiques), à savoir souliers; sandales; escarpins; mocassins; bottes; bottines; chaussons; pantoufles; chaussures de sport; chapellerie, à savoir chapeaux; bérets; casquettes; articles de lingerie; masques pour dormir.*

- 2 Le 23 novembre 2021, l'examinateur a soulevé un refus provisoire total de protection de la demande de marque de l'Union européenne (MUE) sur la base de l'article 7, paragraphe 1, point b), du RMUE. L'examinateur a estimé, en substance, que le signe était dépourvu de tout caractère distinctif car il consiste simplement en la rotation et répétition d'éléments figuratifs qui du fait de leur cumulation créent un rectangle. La répétition des éléments ainsi que leurs formes rectangulaires créent l'impression d'une sorte de labyrinthe ressemblant à un code barre ou code QR lorsqu'il est vu de loin ou à taille réduite.

- 3 La demanderesse a maintenu sa demande d'enregistrement malgré les objections soulevées par l'examineur.
- 4 Le 13 juin 2022, la demanderesse revendique le caractère distinctif acquis par l'usage au sens de l'article 7, paragraphe 3, du RMUE, de façon subsidiaire.
- 5 Le 29 novembre 2022, l'examineur a confirmé l'absence de caractère distinctif de la marque demandée. En particulier, une recherche sur internet en date du 25 novembre 2022 démontre que ces types de finition, de surface, d'imprimé et d'étiquette sont communément utilisés sur des produits similaires à ceux pour lesquels la protection est demandée. Par conséquent, l'impact global du signe reste celui de l'aspect externe du produit, de sa surface ou finition, ou d'une étiquette non distinctive, qui est incapable de transmettre à première vue un message de marque.

- 6 Le 22 mars 2023, la demanderesse a, en substance, fait valoir que le signe n'est constitué ni par la forme ni par l'emballage des produits visés, mais par un motif caractéristique,



constitué de la répétition spécifique du logo «  » enregistré par l'Office composé des lettres « P » et « B ». En outre, elle a fait valoir que l'INPI et l'EUIPO ont enregistré de nombreuses marques similaires. La demanderesse a par ailleurs notifié son intention de revendiquer le caractère distinctif acquis par l'usage de façon subsidiaire dans une communication à l'Office en date du 13 juin 2022.

- 7 Par décision rendue le 4 juillet 2023, l'examineur a refusé la demande de marque, conformément à l'article 7, paragraphe 1, point b), et à l'article 7, paragraphe 2, du RMUE, dans sa totalité.
- 8 Le 1 septembre 2023, la demanderesse a formé recours à l'encontre de la décision attaquée dans sa totalité. Ce recours a été transmis à la Première Chambre de recours sous le numéro de référence R 1861/2023-1.
- 9 Par décision rendue le 12 janvier 2024, la Première Chambre de recours a confirmé la décision attaquée, rejeté le recours et a renvoyé l'affaire à l'examineur aux fins de l'examen de la demande de caractère distinctif accru par l'usage.
- 10 Le 5 juin 2024, la demanderesse a été notifiée de la reprise de la procédure d'examen eu égard à la revendication subsidiaire du caractère distinctif acquis par l'usage au sens de l'article 7, paragraphe 3, du RMUE.
- 11 Par décision rendue le 18 novembre 2024, (ci-après, « la décision attaquée »), l'examineur a refusé la demande de marque, conformément à l'article 7, paragraphe 1, point b), lu conjointement avec l'article 7, paragraphe 2, RMUE, dans sa totalité au motif que la revendication selon laquelle la marque demandée a acquis un caractère distinctif par l'usage en application de l'article 7, paragraphe 3, du RMUE est rejetée. Considérant que la décision finale des chambres de recours du 12 janvier 2024, a déjà établi que le signe précité était dépourvu du caractère distinctif en application de l'article 7, paragraphe 1, point b), du RMUE, la décision se fonde sur les principales conclusions suivantes :

- À l'appui de sa revendication, la demanderesse a fourni des preuves d'usage le 22 mars 2023. Les éléments de preuve à prendre en compte sont, notamment, les documents suivants :
- Des extraits des archives de la demanderesse, non datées en langue française faisant référence à l'historique du monogramme PB et des marques monogrammées de la maison Balmain.
  - Une capture d'écran du magasin en ligne de la maison Balmain non datée montrant un sac à main sur lequel une variation de la marque en objet est visible.
  - Des extraits des archives de la demanderesse, datées juin 2020 en langue française faisant référence à l'historique du monogramme PB et des marques monogrammées de la maison Balmain.
  - Un document daté de juillet 1971 en langue française non identifié qui indique divers endroits à travers le monde dans lesquels les collections de Balmain ont été exposées ainsi que l'expansion des magasins résultant de la croissance de l'entreprise.
  - Une invitation à une présentation d'une collection créée par Laurent Mercier en date du 10 Mars 2003 à 13h sous forme de brochure qui comprend plusieurs produits Pierre Balmain marqués de façons différentes dont un sur lequel une variation de la marque en objet est visible.
  - Des photos d'un défilé non identifié présentant une collection Automne – Hiver 2003 sur lesquelles on peut deviner le monogramme PB en arrière-plan de l'estrade utilisée pour le catwalk.
  - Une grande quantité de factures datées, en langue française, pour des produits visés par la demande en question, commercialisés en France ou Tunisie sur lesquelles le monogramme PB et le nom Pierre Balmain mais non pas la marque en objet sont visibles.
  - Des exemples non datés en langue française, allemande et anglaise provenant de magasins en ligne proposant des articles vintages de maroquinerie et de petite maroquinerie comportant le monogrammes PB ou la marque Pierre Balmain sous diverses formes.
  - Coupures de presse datées provenant des magazines « VOGUE » et « ELLE » en langue française, dans lesquelles des publicités comportant le monogramme PB et le nom Pierre Balmain mais non pas la marque en objet sont visibles.
  - Une grande quantité de photos ni datées ni identifiées de produits visés par la demande en question sur certains desquels des variations de la marque en objet sont visibles.
  - Des exemples datés en langue française provenant du magasin en ligne Vestiaire Collective proposant des articles vintage de maroquinerie et de petite maroquinerie comportant le monogrammes PB ou la marque Pierre Balmain sous

diverses formes sur certains desquels des variations de la marque en objet sont visibles.

- Des captures d'écrans de la page Instagram de la demanderesse non datées qui montrent des produits visés par la demande en question sur certains desquels des variations de la marque en objet sont visibles.
- Une coupure de presse du magazine « Vogue » datée 24 septembre 2020 en langue française dans lequel le directeur artistique de la maison Balmain de l'époque donne une interview, on y trouve des photos de certains des produits visés par la demande en question sur certain desquels des variations de la marque en objet sont visibles.

#### *Appréciation des éléments de preuve*

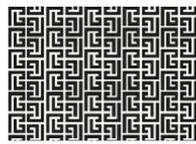
- Les preuves présentées ne permettent pas de prouver que la marque a été utilisée sur le territoire concerné.
- Premièrement, la marque dont l'enregistrement est demandé est dépourvue de caractère distinctif intrinsèque pour les consommateurs de l'Union Européenne. Par conséquent, elle est dépourvue de caractère distinctif dans l'ensemble de l'Union Européenne. Les éléments de preuve présentés par la demanderesse démontrent surtout un usage en langue française qui ne peut donc pas être pris en compte pour tous les territoires de l'Union Européenne où la langue française n'est pas utilisée par les consommateurs.
- Les preuves apportées en langue française proviennent de sites internet. Ces sites sont accessibles internationalement, il est donc difficile de déterminer d'où viennent les personnes qui les consultent et donc de déterminer le territoire de l'usage.
- Les preuves fournies de l'usage de la marque sont insuffisantes pour prouver qu'une partie suffisamment significative du public pertinent de l'Union Européenne serait en mesure, en vertu de ladite marque, d'identifier les produits concernés comme provenant d'une entreprise déterminée.
- Deuxièmement, les preuves apportées par la demanderesse consistent en des articles de presse, des captures d'écran des archives de la demanderesse, de catalogues de présentation, et de captures d'écrans de réseaux sociaux qui ne sont pas considérés en tant qu'éléments de preuves directes.
- Ces preuves ne permettent pas d'établir si une partie importante du public pertinent est capable, en raison de cette marque, d'identifier les produits ou services concernés comme provenant d'une entreprise en particulier. Elles n'établissent ni la part de marché détenue par la marque, ni l'intensité, ni la fréquence d'utilisation de la marque.
- Troisièmement, tous les éléments de preuve présentés par la demanderesse font référence à des marques qui comportent des différences par rapport à la marque dont l'enregistrement est demandé. En particulier, les marques représentées dans leur grande majorité apportent des éléments de preuves comportant le monogramme « PB » ou les mots « Pierre Balmain ». La présence du monogramme plutôt que sa répétition ou les mots « Pierre Balmain » modifient clairement la perception du signe

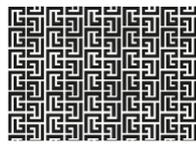
que peut en avoir le public. L'Office considère que ces différences ne sont pas des variations insignifiantes. Pour les cas qui pourraient être considérés comme des variations du signe demandé, ces variations ne peuvent pas être considérées comme insignifiantes et ne font pas partie de preuves qui peuvent être considérées comme directes.

- Par conséquent, la demanderesse n'a pas pu démontrer qu'à tout le moins, une partie significative du public pertinent en est arrivée, en raison de l'usage qui en a été fait sur le marché, à voir la marque telle que demandée comme identifiant les produits et services comme provenant d'une entreprise déterminée.
- 12 Le 15 janvier 2025, la demanderesse a formé un recours à l'encontre de la décision attaquée dans sa totalité.
- 13 Le mémoire exposant les motifs du recours a été reçu le 18 mars 2025.

### Moyens du recours

- 14 Les arguments développés dans le mémoire peuvent être résumés comme suit :
- Les informations contenues dans l'écrit du 22 mars 2023, ainsi que les documents ajoutés au dit écrit comme annexe 3, prouvent le caractère distinctif de la marque acquis par l'usage.
  - L'écrit du 22 mars 2023 montre que :
    - La demande de marque consiste en la répétition du logo emblématique de la Maison PB.
    - Le monogramme correspond à l'acronyme du nom de l'illustre fondateur de la Maison PB, Monsieur Pierre Balmain.
    - La marque motif a été créée au début des années 1970 et a été largement utilisée pendant les années 1970-1980 :  
<https://www.instagram.com/p/CBiJ3hVheVP/?igshid=118lo5nbyemvt;>  
<https://www.instagram.com/p/CBA1HVpqsl0/?igshid=sx3hlgr4xpf8;>  
<https://www.instagram.com/p/B31yo73oLZH/?igshid=d6qpfl9bsfer;>  
[https://www.instagram.com/p/\\_E6NSRtCpV/?igshid=1kynieuto12ec.](https://www.instagram.com/p/_E6NSRtCpV/?igshid=1kynieuto12ec)



- La marque  a été largement utilisée dans la collection Automne-Hiver 2003-2004. Pages 19-24 de l'annexe 3.
- Le monogramme  est présent sur les notes de débit des années 80-90 dont pages 25-81 de l'annexe 3.

- Le célèbre motif a été relancé en 2020 par Olivier Rousteing : Posts présentant des articles de maroquinerie (sacs, malles, etc) revêtus de la marque sur le compte Instagram du Directeur de la Création de la Maison Balmain : <https://www.instagram.com/p/CBXkLxTBGGs/?igshid=1de9su7cgn4j6>  
<https://www.instagram.com/p/CByknsDheCW/?igshid=6wskq4f0f3ev>  
<https://www.instagram.com/p/CByVIYIh9xH/?igshid=1i94sukey2xlo>
  - Ainsi que le site internet de la Maison Balmain où les produits sont offerts à la vente : <https://www.balmain.com/fr/femme/sacs-1945>.
  - La marque motif a été largement utilisée depuis l'année 2020.
  - La marque motif a été reproduite sur une grande variété de produits : haute couture, prêt-à-porter féminin et masculin et maroquinerie.
  - La marque en l'espèce a déjà été enregistrée en France le 23 juillet 2021 sous le numéro n° 4 648 521.
- La demanderesse, présente les nouveaux documents suivants :
- Document A : Historique concernant l'usage de la marque motif objectée des années 1970 au début des années 2000.
  - Document B : Usages de la marque motif des années 1970 jusqu'à l'année 2020.
  - Document C : Usages de la marque motif objectée depuis l'année 2020.
  - Document D : *Line-sheets* avec état de ventes de quelques produits contenant la marque motif objectée, datée le 2 novembre 2020. Ce document démontre le volume de ventes des produits commercialisés sous la marque motif.
  - Document E : Parutions en presse de la marque motif pendant les années 2020, 2021, 2022 et 2023. Ce document atteste la notoriété de la marque motif. La présence de la marque sur les magasins du secteur de la mode est très importante prenant compte que ces types de magazines sont largement distribués dans le monde entier.
  - Document F : Dossiers des collections Homme, Femme et Unisexe, de 2021 à aujourd'hui, montrant un grand numéro de produits reproduisant la marque motif objectée.
  - Document G : Liste des produits contenant la marque motif objectée facturés sur les saisons 59 (Automne-Hiver 2021) à 66 (Printemps-Été 2025).
  - On peut observer le nombre de pièces contenant la marque motif objectée facturées et le nombre de références concernées s'élèvent à 292 535 pièces facturées et 1 948 références concernées.

**Motifs de la décision**

- 15 Le recours est conforme aux articles 66 et 67 et à l'article 68, paragraphe 1, RMUE. Il est recevable.

*Article 7, paragraphe 3, du RMUE - caractère distinctif acquis par l'usage*

- 16 En vertu de l'article 7, paragraphe 3, du RMUE, les motifs absolus visés à l'article 7, paragraphe 1, points b) à d), du RMUE, ne s'opposent pas à l'enregistrement d'une marque si celle-ci a acquis pour les produits ou services pour lesquels est demandé l'enregistrement un caractère distinctif après l'usage qui en a été fait.
- 17 Conformément à l'article 2, paragraphe 2, du RDMUE, la demande peut inclure une revendication selon laquelle le signe a acquis un caractère distinctif par l'usage au sens de l'article 7, paragraphe 3, du RMUE, ainsi qu'une indication du caractère principal ou subsidiaire de cette revendication.
- 18 La demanderesse doit apporter la preuve concrète et matérielle que la marque a acquis un caractère distinctif par l'usage qui en a été fait (30/11/2017, T-798/16, REAL (fig.), EU:T:2017:854, § 45, et la jurisprudence citée). L'usage sérieux ne peut être démontré par des probabilités ou des présomptions (29/06/2017, T-427/16, AN IDEAL WIFE, EU:T:2017:455, § 21).
- 19 De plus, la demanderesse doit démontrer que la marque a acquis un caractère distinctif sur l'ensemble du territoire dans lequel elle était *ab initio* dépourvue de caractère distinctif (22/06/2006, C-25/05 P, Bonbonverpackung, EU:C:2006:422, § 83, § 86; 07/09/2006, C-108/05, Europol, EU:C:2006:530, § 28; 29/09/2010, T-378/07, Représentation d'un tracteur en rouge, noir et gris, EU:T:2010:413, § 30), dans une partie substantielle de l'Union européenne représentant un ou plusieurs États membres (07/09/2006, C-108/05, Europol, EU:C:2006:530, § 28; 30/03/2000, T-91/99, Options, EU:T:2000:95, § 27).
- 20 L'acquisition d'un caractère distinctif par l'usage de la marque exige qu'au moins une fraction significative du public pertinent identifie grâce à la marque les produits concernés comme provenant d'une entreprise déterminée (23/02/2021, T-809/19, El Clasico, EU:T:2021:100, § 84).
- 21 Étant donné qu'il a été considéré que la demande de marque contestée était dépourvue de caractère distinctif intrinsèque pour les consommateurs de l'Union Européenne, la demanderesse devait démontrer que la marque avait acquis un caractère distinctif pour une partie significative du public pertinent dans l'ensemble de l'Union Européenne.
- 22 Aux fins de l'article 7, paragraphe 3, du RMUE, le signe doit avoir acquis un caractère distinctif par l'usage avant la date de dépôt de la demande d'enregistrement (12/12/2002, T-247/01, Ecopy, EU:T:2002:319, § 36), à savoir en l'espèce avant le 22 septembre 2021.

*Appréciation des éléments de preuve*

- 23 Il convient de tenir compte, aux fins de l'appréciation, dans un cas d'espèce, de l'acquisition d'un caractère distinctif par l'usage, de facteurs tels que, notamment, la part de marché détenue par la marque, l'intensité, l'étendue géographique et la durée de l'usage de cette marque et l'importance des investissements faits par l'entreprise pour la promouvoir. Des moyens de preuves appropriés à cet égard sont, notamment, des déclarations de chambres de commerce et d'industrie ou d'autres associations professionnelles ainsi que des sondages d'opinion (19/05/2009, T-211/06, T-213/06, T-245/06, T-155/07 & T-178/07, Cybercrédit et al., EU:T:2009:160, § 52).
- 24 Pour déterminer si une marque a acquis un caractère distinctif après l'usage qui en a été fait, la Chambre doit apprécier globalement les éléments qui peuvent démontrer que la marque a acquis la capacité de permettre au public pertinent d'identifier les produits concernés comme provenant d'une entreprise déterminée et donc à distinguer ces produits de ceux d'autres entreprises (23/02/2021, T-809/19, El Clasico, EU:T:2021:100, § 86).
- 25 Après avoir examiné les pièces et les arguments présentés par la demanderesse, la Chambre est d'avis que l'examineur a correctement considéré que, bien que ces éléments établissent un certain usage de la marque en langue française, lesdits éléments ne peuvent pas être pris en compte pour tous les territoires de l'Union Européenne où la langue française n'est pas utilisée par les consommateurs. En particulier, en l'absence d'informations complémentaires provenant d'acteurs tiers à la demanderesse, les documents fournis ne permettent pas d'évaluer le degré de connaissance de la marque et sa perception par le public sur le territoire pertinent.
- 26 En réponse aux constatations de l'examineur sur l'absence de caractère distinctif acquis par l'usage, la demanderesse a produit les éléments de preuve (Documents A-G) devant la Chambre.
- 27 Après un examen de toutes les pièces soumises, la Chambre considère que la demanderesse n'a pas été en mesure de démontrer que la demande de marque contestée avait acquis un caractère distinctif par l'usage pour les produits concernés pour tous les territoires de l'Union Européenne où la langue française n'est pas utilisée par les consommateurs.
- 28 Les pièces présentées par la demanderesse établissent un certain usage de la marque, mais ne permettent pas d'établir qu'à tout le moins une partie significative du public pertinent percevrait le signe demandé comme une marque et non comme un signe dépourvu de tout caractère distinctif pour les produits désignés. En effet, afin d'apprécier le caractère distinctif accru par l'usage au sens de l'article 7, paragraphe 3, du RMUE, la demanderesse supporte la charge d'établir que le public pertinent perçoit le signe comme une indication de l'origine commerciale des produits désignés.
- 29 L'historique concernant l'usage de la marque des années 1970 au début des années 2000 (Document A), l'usage de la marque des années 1970 jusqu'à aujourd'hui (Documents B et C), le tableau avec état de ventes de quelques produits contenant la marque contestée (Document D), le dossier de presse des années 2020, 2021, 2022 et 2023 (Document E) et les dossiers des collections de 2021 à 2025 (Document F), montrent une certaine présence du signe contesté dans le marché et un grand nombre de produits reproduisant la marque motif objectée. Néanmoins, la Chambre fait valoir que ces documents ne suffisent pas pour apprécier le caractère distinctif accru par l'usage, étant donné qu'ils ne contiennent aucune

indication sur l'importance de leur diffusion auprès de tiers. Ils ne permettent donc pas d'apprécier son impact sur les consommateurs, leur connaissance de la marque et sa perception auprès du public.

- 30 Les documents concernant les chiffres d'affaires de la demanderesse et les factures ne permettent pas d'établir la part de marché détenue par la marque dans le secteur concerné. S'agissant de la liste des produits contenant la marque contestée dans les saisons 59 à 66 (Document G), la Chambre observe que le nombre de pièces contenant la marque contestée et le nombre de références concernées sont présentés sans aucune référence aux territoires pertinents. En outre, s'agissant des factures datées en langue française pour des produits visés par la demande en question (Annexe 3), la Chambre, est du même avis que l'examinateur, et fait valoir que ces documents n'offrent aucune information sur le caractère distinctif acquis par la marque pour une partie significative du public pertinent dans l'ensemble de l'Union Européenne, en dehors de la France.
- 31 Les références à l'utilisation de la marque contestée, faisant référence aux chiffres de ventes et le matériel publicitaire (annexe 3) ne peuvent être considérés que comme des preuves secondaires qui peuvent corroborer, le cas échéant, les preuves directes du caractère distinctif acquis par l'usage, telles que rapportées par des enquêtes ou des études de marché ainsi que des déclarations d'associations professionnelles ou des déclarations du public spécialisé (09/09/2020, T-187/19, Colour Purple - 2587C (col.), EU:T:2020:405, § 94).
- 32 Ces preuves ne permettent pas d'établir si une partie significative du public pertinent dans l'ensemble de l'Union Européenne est capable d'identifier les produits ou services concernés comme provenant d'une entreprise en particulier. Elles n'établissent ni la part de marché détenue par la marque, ni l'intensité, ni la fréquence d'utilisation de la marque.
- 33 Enfin, les publications de la demanderesse sur les réseaux sociaux sont limitées en fréquence au long de la période pertinente, et reçoivent très peu de réactions (avis ou « likes ») de consommateurs, ce qui tend à établir la faible connaissance par le public de la marque contestée (par exemple, pages 2-18 et 82-133 de l'annexe 3). La Chambre fait également valoir que la présence de certaines publications ayant enregistré un nombre élevé de visualisations ne permet pas d'affirmer qu'un public pertinent et significatif, dans l'ensemble de l'Union européenne, identifierait les produits concernés comme provenant de la demanderesse. En effet, comme l'a souligné l'examinateur, ces sites sont accessibles à l'échelle internationale, ce qui rend difficile l'identification de l'origine géographique des visiteurs, et donc la détermination du territoire réel d'usage.
- 34 Il s'ensuit que la Chambre estime que les documents présentés par la demanderesse de la marque ne permettent pas d'établir que le signe demandé aurait acquis un caractère distinctif par son usage auprès du public pertinent.
- 35 En effet, même pris globalement, les documents présentés ne suffisent pas à démontrer que le signe demandé, seul, serait devenu apte à identifier les produits en cause au regard d'une partie significative du public pertinent dans l'ensemble de l'Union Européenne comme provenant d'une entreprise déterminée. La demanderesse aurait dû prouver, par des informations supplémentaires concernant, par exemple, la part de marché détenue par la marque dans les territoires pertinents, l'importance des investissements réalisés pour la promouvoir (par exemple, publicité dans l'Union européenne antérieure à la demande de marque), des déclarations de chambres de commerce et d'industrie ou d'autres associations

professionnelles, qu'une fraction significative du public pertinent identifie les produits comme provenant d'une entreprise déterminée grâce à la marque (07/07/2005, C-353/03, *Have a break*, EU:C:2005:432, § 31). En l'absence de tels documents de preuve, la Chambre ne peut pas évaluer la perception qu'en aurait le public sur le territoire pertinent.

*Conclusion*

- 36 En conclusion, il ne ressort pas des documents produits par la demanderesse qu'au moins une partie significative du public pertinent identifie les produits vendus sous le signe demandé comme provenant de la demanderesse.
- 37 Pour toutes les raisons évoquées ci-dessus, la condition établie à l'article 7, paragraphe 3, du RMUE, ne saurait être considérée comme remplie (10/12/2008, T-365/06, *BATEAUX MOUCHES*, EU:T:2008:559, § 35, et la jurisprudence citée).
- 38 Par conséquent, le recours est rejeté.

**Dispositif**

Par ces motifs,

LA CHAMBRE

déclare et décide :

**Le recours est rejeté.**

Signé

G. Humphreys Bacon

Signé

A. González Fernández

Signé

C. Bartos

Greffier:

Signé

p.o. E. Apaolaza  
Alm

