

Trib. UE, 11-03-2026, aff. T-303/25 - SBG c/ EUIPO - VF International (GEOGRAPHICAL NORWAY EXPEDITION)

Identifiant européen : ECLI:EU:T:2026:188 Identifiant CELEX : n° 62025TJ0303

ARRÊT DU TRIBUNAL (huitième chambre)
11 mars 2026

« Marque de l'Union européenne – Procédure de nullité – Marque de l'Union européenne figurative GEOGRAPHICAL NORWAY EXPEDITION – Cause de nullité absolue – Mauvaise foi – Article 52, paragraphe 1, sous b), du règlement (CE) no 207/2009 »

Dans l'affaire T-303/25,

Super Brand Licencing (SBG), établie à Villeurbanne (France), représentée par Mes T. de Haan et A. Sion, avocats, partie requérante,
contre

Office de l'Union européenne pour la propriété intellectuelle (EUIPO), représenté par M. V. Ruzek, 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

VF International Sagl, établie à Stabio (Suisse), représentée par Me G. Arbant, avocate, LE TRIBUNAL (huitième chambre),
composé de M. I. Gâlea, président, Mmes M. J. Costeira (rapporteuse) et B. Ricziová, juges,
greffier : M. J. Čuboň, administrateur,
vu la phase écrite de la procédure,

à la suite de l'audience du 20 janvier 2026, rend le présent
Arrêt

Par son recours fondé sur l'article 263 TFUE, la requérante, Super Brand Licencing (SBG), demande l'annulation et la réformation de la décision de la deuxième chambre de recours de l'Office de l'Union européenne pour la propriété intellectuelle (EUIPO) du 12 mars 2025 (affaire R 124/2022-2) (ci-après la « décision attaquée »).

Antécédents du litige

Le 27 mars 2017, l'intervenante, VF International Sagl, venue aux droits de Green Sport Monte Bianco SpA, a présenté à l'EUIPO, en vertu 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 [remplacé par le 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)], une demande de nullité de la marque de l'Union européenne enregistrée à la suite d'une demande déposée le 1er avril 2011 par le prédécesseur en droit de la requérante, pour le signe figuratif suivant (ci-après la « marque contestée ») :

Les produits couverts par la marque contestée relevaient des classes 9, 14, 16, 18, 24 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 9 : « Appareils et instruments scientifiques, nautiques, géodésiques, photographiques, cinématographiques, optiques, de pesage, de mesurage, de signalisation, de contrôle (inspection), de secours (sauvetage) et d'enseignement ; appareils et instruments pour la conduite, la distribution, la transformation, l'accumulation, le réglage ou la commande du courant électrique ; appareils pour l'enregistrement, la transmission, la reproduction du son ou des images ; supports d'enregistrement magnétiques, disques acoustiques ; distributeurs automatiques et mécanismes pour appareils à prépaiement ; caisses enregistreuses, machines à calculer, équipement pour le traitement de l'information et les ordinateurs ; extincteurs ; lunettes ; lunettes (chasse [montures] de -) ; lunettes (de vision et de protection) ; lunettes (verres de -) ; lunettes (étuis à -) ; chaines de lunettes ; chasses de lunettes ; cordons pour lunettes ; lunettes [optique] ; lunettes de baignade et de natation ; lunettes de ski ; lunettes de soleil ; lunettes de sport ; montures pour lunettes et lunettes de soleil ; étuis pour lunettes » ;

classe 14 : « Métaux précieux et leurs alliages et produits en ces matières ou en plaque non compris dans d'autres classes ; joaillerie, bijouterie, pierres précieuses ; horlogerie et instruments ; chronométriques ; horlogerie (écrins pour 1'-) ; horlogerie (étuis pour 1'-) ; coffrets à bijoux » ;

classe 16 : « Papier, carton et produits en ces matières, non compris dans d'autres classes ; produits de l'imprimerie ; articles pour reliures ; photographies ; papeterie ; adhésifs (matières collantes) pour la papeterie ou le ménage ; matériel pour les artistes ; pinceaux ; machines à écrire et articles de bureau (à l'exception des meubles) ; matériel d'instruction ou d'enseignement (à l'exception des appareils) ; matières plastiques pour l'emballage (non comprises dans d'autres classes) ; caractères d'imprimerie ; clichés ; sachets [enveloppes, pochettes] en papier ou en matières plastiques pour l'emballage ; sacs [enveloppes, pochettes] en papier ou en matières plastiques pour l'emballage ; prospectus » ;

classe 18 : « Cuir et imitations du cuir, produits en ces matières non compris dans d'autres classes ; peaux d'animaux ; malles et valises ; parapluies, parasols et cannes ; fouets et sellerie ; portefeuilles ; sacs au dos ; sacs [enveloppes, pochettes] en cuir pour l'emballage ; sacs d'écoliers ; sacs de voyage ; sacs de sport ; sacs à main » ;

classe 24 : « Tissus et produits textiles non compris dans d'autres classes ; couvertures de lit et de table » ;

classe 25 : « Vêtements, chaussures, chapellerie ».

Dans la demande d'enregistrement de la marque contestée, le prédécesseur en droit de la requérante avait revendiqué les couleurs noire, taupe, rouge et blanche et fourni la description suivante :

« Logo sur fond noir GEOGRAPHICAL : écriture pleine blanche. Typographie plus petite que celle du mot NORWAY. Mot superposé sur le mot NORWAY à partir de la lettre "o". NORWAY : écriture pleine noire dans un encadré taupe. La lettre "n" est coupée en deux dans le sens vertical. ORWAY est coupé en deux dans le sens horizontal. Le haut de ORWAY est caché par le mot GEOGRAPHICAL. EXPEDITION : écriture pleine rouge sur fond noir. Mot de la même largeur que NORWAY. »

La demande en nullité était fondée sur les signes antérieurs suivants :

le signe verbal non enregistré GEOGRAPHIC, utilisé dans la vie des affaires en Italie depuis les années 1990 pour les « sacs, vêtements, chaussures, chapellerie » ;

la marque de l'Union européenne figurative déposée le 11 avril 2006 et enregistrée le 1er mars 2011 sous le numéro 5052816, représentée ci-après (ci-après la « marque antérieure ») :

La marque antérieure désignait les produits et services relevant des classes 18, 25 et 43 et correspondant, pour chacune de ces classes, à la description suivante :

classe 18 : « Cuir et imitations du cuir, produits en ces matières non compris dans d'autres classes ; peaux d'animaux ; malles et valises ; parapluies, parasols et cannes ; fouets et sellerie » ;

classe 25 : « Vêtements, chaussures, chapellerie » ;

classe 43 : « Services de restauration (alimentation) ; hébergement temporaire ».

Les motifs invoqués à l'appui de la demande en nullité étaient les causes de nullité relative, prévues, la première, 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], la deuxième, 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) et, la troisième, à l'article 53, paragraphe 1, sous c), du règlement no 207/2009 [devenu article 60, paragraphe 1, sous c), du règlement no 2017/1001], lu en combinaison avec l'article 8, paragraphe 4, du même règlement (devenu article 8, paragraphe 4, du règlement no 2017/1001), ainsi que la cause de nullité absolue visée à l'article 52, paragraphe 1, sous b), du règlement no 207/2009 [devenu article 59, paragraphe 1, sous b), du règlement no 2017/1001].

Le 7 mars 2019, la division d'annulation a rejeté la demande en nullité dans son intégralité.

Le 25 mars 2019, l'intervenante a formé un recours auprès de l'EUIPO contre la décision de la division d'annulation du 7 mars 2019.

Le 6 avril 2020, la première chambre de recours de l'EUIPO a fait droit au recours de l'intervenante sur le fondement de l'article 52, paragraphe 1, sous b), du règlement no 207/2009, en constatant que la requérante était de mauvaise foi lors du dépôt de la demande d'enregistrement de la marque contestée.

Le 17 juillet 2020, la requérante a introduit un recours en annulation devant le Tribunal contre la décision de la première chambre de recours du 6 avril 2020.

Par l'arrêt du 8 septembre 2021, SBG/EUIPO – VF International (GEOGRAPHICAL NORWAY EXPEDITION) (T-459/20, non publié, EU:T:2021:544), le Tribunal a annulé la décision de la première chambre de recours du 6 avril 2020, en constatant un défaut de motivation ne lui permettant pas de contrôler le bien-fondé de cette décision.

Par décision du 23 août 2022, prise à la suite de l'arrêt du 8 septembre 2021, GEOGRAPHICAL NORWAY EXPEDITION (T-459/20, non publié, EU:T:2021:544), la quatrième chambre de recours de l'EUIPO a rejeté le recours de l'intervenante contre la décision de la division d'annulation du 7 mars 2019. S'agissant de la cause de nullité visée à l'article 52, paragraphe 1, sous b), du règlement no 207/2009, la chambre de recours a conclu à l'absence de mauvaise foi de la requérante. Quant à la cause de nullité visée à l'article 53, paragraphe 1, sous a), du règlement no 207/2009, lu conjointement avec l'article 8, paragraphe 5, du même règlement, la

chambre de recours a conclu qu'il était improbable que le public pertinent établisse un lien entre les signes en conflit.

L'intervenante a introduit un recours en annulation devant le Tribunal contre la décision de la quatrième chambre de recours du 23 août 2022.

Par l'arrêt du 6 mars 2024, VF International/EUIPO – Super Brand Licencing (GEOGRAPHICAL NORWAY EXPEDITION) (T-639/22, non publié, EU:T:2024:149), le Tribunal a annulé la décision de la quatrième chambre de recours du 23 août 2022. Dans cet arrêt, le Tribunal a estimé, en substance, que c'était à tort que la chambre de recours, premièrement, avait fait abstraction de l'utilisation du drapeau norvégien ainsi que des éléments graphiques des signes en cause dans son analyse des similitudes entre la marque antérieure et la marque contestée ; deuxièmement, n'avait pas examiné les éléments de preuve apportés par l'intervenante visant à établir la renommée, voire le succès, la notoriété, la réputation ou la reconnaissance de la marque antérieure, y compris avant son enregistrement en tant que marque ; troisièmement, avait pris indûment en compte la marque française verbale GEØGRAPHICAL NØRWAY, ayant conclu erronément qu'il était légitime pour la requérante de vouloir protéger ladite marque au niveau de l'Union européenne par le biais de l'enregistrement de la marque contestée ; quatrièmement, avait omis de prendre en compte le comportement passé de la requérante à l'égard de l'intervenante ; cinquièmement, avait omis de prendre en considération la manière dont la requérante utilisait la marque contestée sur le marché et d'examiner les éléments de preuve fournis à ce propos par l'intervenante ; sixièmement, avait erronément conclu que les arguments avancés par l'intervenante étaient peu nombreux et peu convaincants pour prouver l'intention malhonnête de la requérante ; septièmement, avait commis une erreur d'appréciation en constatant que les marques en conflit étaient similaires à un faible degré sur le plan visuel et, partant, que lesdites marques étaient similaires à un très faible degré, et, huitièmement, avait commis une erreur d'appréciation en excluant l'existence d'un lien entre la marque contestée et la marque antérieure, sans dûment prendre en considération tous les facteurs pertinents.

Par la décision attaquée, prise à la suite de l'arrêt du 6 mars 2024, GEOGRAPHICAL NORWAY EXPEDITION (T-639/22, non publié, EU:T:2024:149), la deuxième chambre de recours de l'EUIPO a annulé la décision de la division d'annulation du 7 mars 2019 et a déclaré la nullité de la marque contestée, au motif que le prédécesseur en droit de la requérante était de mauvaise foi lors du dépôt de la demande d'enregistrement de la marque contestée. Tout d'abord, la chambre de recours a estimé qu'un ensemble de circonstances objectives démontrait cette mauvaise foi, à savoir le succès commercial du signe figuratif NAPAPIJRI geographic, tel qu'apposé et utilisé, y compris avant l'enregistrement de la marque antérieure, sur les produits de l'intervenante, notamment en association avec le drapeau norvégien ; le fait que le prédécesseur en droit de la requérante ne pouvait pas ignorer l'existence dudit signe, tel qu'il était exploité par l'intervenante sur le marché pour des vêtements, des chaussures et des sacs ; les ressemblances marquées entre la marque contestée et ledit signe ; le fait que les signes en cause visaient soit les mêmes produits, soit des produits appartenant à des segments de marché voisins, et les relations passées entre les parties, démontrant un comportement parasitaire du prédécesseur en droit de la requérante à l'égard de l'intervenante. Ensuite, elle a relevé que ces circonstances conduisaient à conclure que le prédécesseur en droit de la requérante avait l'intention de se placer dans le sillage du signe utilisé par l'intervenante. Enfin, elle a ajouté que la mauvaise foi du prédécesseur en droit de la requérante envers l'intervenante était confirmée par l'usage parasitaire de la marque contestée après son dépôt, ainsi que par des actes de parasitisme envers des tiers.

Conclusions des parties

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

à titre principal, annuler la décision attaquée et la réformer en ce sens que la demande d'enregistrement de la marque contestée n'a pas été déposée de mauvaise foi le 1er avril 2011 ;

à titre subsidiaire, annuler la décision attaquée ;

condamner l'EUIPO et la partie intervenante aux dépens, y compris les frais exposés par la requérante lors de la procédure de recours devant la deuxième chambre de l'EUIPO.

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

rejeter le recours ;

condamner la requérante aux dépens en cas de convocation à une audience de plaidoiries.
L'intervenante conclut à ce qu'il plaise au Tribunal :

rejeter le recours ;

condamner la requérante aux dépens.

En droit

Compte tenu de la date d'introduction de la demande d'enregistrement en cause, à savoir le 1er avril 2011 (voir point 2 ci-dessus), 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 suite, en l'espèce, en ce qui concerne les règles de fond, il convient d'entendre les références faites par la chambre de recours dans la décision attaquée et celles faites par les parties dans leurs argumentations respectives à l'article 59, paragraphe 1, sous b), du règlement 2017/1001 et à l'article 60, paragraphe 1, sous a), du règlement 2017/1001, lu conjointement avec l'article 8, paragraphe 5, du même règlement, comme visant, respectivement, l'article 52, paragraphe 1, sous b), du règlement no 207/2009 et l'article 53, paragraphe 1, sous a), du règlement no 207/2009, lu conjointement avec l'article 8, paragraphe 5, du même règlement, d'une teneur identique.

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.

À l'appui de son recours, la requérante soulève un moyen unique, tiré de la violation de l'article 52, paragraphe 1, sous b), du règlement no 207/2009. Ce moyen se divise en deux branches, tirées, la première, d'erreurs d'appréciation de la mauvaise foi et, la seconde, de la non-prise en compte d'éléments démontrant la bonne foi.

L'EUIPO et l'intervenante contestent le bien-fondé de ce moyen.

Considérations liminaires

Aux termes de l'article 52, paragraphe 1, sous b), du règlement no 207/2009, la nullité de la marque de l'Union européenne est déclarée, sur demande présentée auprès de l'EUIPO ou sur demande reconventionnelle dans une action en contrefaçon, lorsque le demandeur était de mauvaise foi lors du dépôt de la demande de marque.

Il découle de cette même disposition que le moment pertinent aux fins de l'appréciation de l'existence de la mauvaise foi du demandeur est celui du dépôt, par l'intéressé, de la demande d'enregistrement (arrêt du 11 juin 2009, *Chocoladefabriken Lindt & Sprüngli*, C-529/07, EU:C:2009:361, point 35). Cependant, l'usage de la marque contestée peut constituer un élément à prendre en compte pour caractériser l'intention qui présidait à la demande d'enregistrement, y compris un usage postérieur à la date de cette demande [voir arrêt du 29 juin 2022, *Hijos de Moisés Rodríguez González/EUIPO – Irlande et Ornua (La Irlandesa 1943)*, T-306/20, EU:T:2022:404, point 81 et jurisprudence citée].

La notion de mauvaise foi visée à l'article 52, paragraphe 1, sous b), du règlement no 207/2009 n'est ni définie, ni délimitée, ni même décrite d'une quelconque manière dans la législation [voir arrêt du 29 juin 2017, *Cipriani/EUIPO – Hotel Cipriani (CIPRIANI)*, T-343/14, EU:T:2017:458, point 25 et jurisprudence citée].

La Cour a toutefois eu l'occasion de préciser, alors que, conformément à son sens habituel dans le langage courant, la notion de mauvaise foi supposait la présence d'un état d'esprit ou d'une intention malhonnête, que cette notion devait en outre être comprise dans le contexte du droit des marques, qui est celui de la vie des affaires. Elle a ajouté que, à cet égard, le règlement (CE) no 40/94 du Conseil, du 20 décembre 1993, sur la marque communautaire (JO 1994, L 11, p. 1), et les règlements no 207/2009 et 2017/1001, adoptés successivement, s'inscrivaient dans un même objectif, à savoir l'établissement et le fonctionnement du marché intérieur. Elle a enfin constaté que les règles sur la marque de l'Union européenne visaient, en particulier, à contribuer au système de concurrence non faussée dans l'Union, dans lequel chaque entreprise devait, afin de s'attacher la clientèle par la qualité de ses produits ou de ses services, être en mesure de faire enregistrer en tant que marques des signes permettant au consommateur de distinguer sans confusion possible ces produits ou ces services de ceux qui avaient une autre provenance (voir arrêt du 12 septembre 2019, *Koton Mağazacılık Tekstil Sanayi ve Ticaret/ EUIPO*, C-104/18 P, EU:C:2019:724, point 45 et jurisprudence citée).

Par conséquent, la cause de nullité absolue visée à l'article 52, paragraphe 1, sous b), du règlement no 207/2009 s'applique lorsqu'il ressort d'indices pertinents et concordants que le titulaire d'une marque de l'Union européenne a introduit la demande d'enregistrement de cette marque non pas dans le but de participer de manière loyale au jeu de la concurrence, mais avec l'intention de porter atteinte, d'une manière non conforme aux usages honnêtes, aux intérêts de tiers, ou avec l'intention d'obtenir, sans même viser un tiers en particulier, un droit exclusif à des fins autres que celles relevant des fonctions d'une marque, notamment de la fonction essentielle d'indication d'origine des produits ou des services concernés (arrêt du 12 septembre 2019, *Koton Mağazacılık Tekstil Sanayi ve Ticaret/EUIPO*, C-104/18 P, EU:C:2019:724, point 46).

En outre, l'intention du demandeur d'une marque est un élément subjectif qui doit cependant être déterminé de manière objective par les autorités administratives et juridictionnelles compétentes. Par conséquent, toute allégation de mauvaise foi doit être appréciée globalement, en tenant compte de l'ensemble des circonstances factuelles pertinentes du cas d'espèce. Ce n'est que de cette manière que l'allégation de mauvaise foi peut être appréciée objectivement

(voir arrêt du 12 septembre 2019, Koton Mağazacılık Tekstil Sanayi ve Ticaret/ EUIPO, C-104/18 P, EU:C:2019:724, point 47 et jurisprudence citée).

À cette fin, constituent, notamment, des facteurs pertinents, premièrement, le fait que le demandeur sache ou doive savoir qu'un tiers utilise, dans au moins un État membre, un signe identique ou similaire pour un produit ou service identique ou similaire, prêtant à confusion avec le signe dont l'enregistrement est demandé, deuxièmement, l'intention du demandeur d'empêcher ce tiers de continuer à utiliser un tel signe ainsi que, troisièmement, le degré de protection juridique dont jouissent le signe du tiers et le signe dont l'enregistrement est demandé (arrêt du 11 juin 2009, Chocoladefabriken Lindt & Sprüngli, C-529/07, EU:C:2009:361, point 53), ces facteurs n'étant toutefois que des illustrations parmi un ensemble d'éléments susceptibles d'être pris en compte (voir arrêt du 29 juin 2017, CIPRIANI, T-343/14, EU:T:2017:458, point 28 et jurisprudence citée).

Dans le cas d'une demande en nullité fondée sur l'article 52, paragraphe 1, sous b), du règlement no 207/2009, il n'est nullement requis que le demandeur soit titulaire d'une marque antérieure identique ou similaire pour des produits et des services identiques ou similaires. En effet, la demande d'enregistrement d'une marque est susceptible d'être regardée comme ayant été introduite de mauvaise foi nonobstant l'absence, au moment de cette demande, d'utilisation par un tiers d'un signe identique ou similaire à la marque contestée ou l'absence de risque de confusion entre le signe utilisé par un tiers et la marque contestée, d'autres circonstances factuelles pouvant, le cas échéant, constituer des indices pertinents et concordants établissant la mauvaise foi du titulaire de la marque contestée (voir, en ce sens, arrêt du 12 septembre 2019, Koton Mağazacılık Tekstil Sanayi ve Ticaret/EUIPO, C-104/18 P, EU:C:2019:724, points 51 à 56).

Ainsi, dans le cadre de l'analyse globale opérée au titre de l'article 52, paragraphe 1, sous b), du règlement no 207/2009, il peut également être tenu compte de l'origine du signe contesté et de son usage depuis sa création, de la logique commerciale dans laquelle s'est inscrit le dépôt de la demande d'enregistrement dudit signe en tant que marque de l'Union européenne ainsi que de la chronologie des événements ayant caractérisé la survenance dudit dépôt [voir arrêt du 7 juillet 2016, Copernicus-Trademarks/EUIPO – Maquet (LUCEO), T-82/14, EU:T:2016:396, point 32 et jurisprudence citée].

De même, il est possible de prendre en compte le degré de notoriété dont jouissait le signe antérieur ainsi que la connaissance qu'avait, à la date de la demande d'enregistrement, le titulaire de la marque dont la nullité a été demandée de l'existence du signe antérieur et de son degré de notoriété, notamment lorsque le signe antérieur a été enregistré ou utilisé en tant que marque [voir, en ce sens, arrêt du 8 mai 2014, Simca Europe/OHMI – PSA Peugeot Citroën (Simca), T-327/12, EU:T:2014:240, points 40 et 46].

En outre, la circonstance que l'usage d'un signe dont l'enregistrement est demandé permettrait au demandeur de tirer indûment profit de la renommée d'une marque ou d'un signe antérieur ou encore du nom d'une personne célèbre relève d'une logique commerciale qui est de nature à établir la mauvaise foi du demandeur [voir, en ce sens, arrêts du 8 mai 2014, Simca, T-327/12, EU:T:2014:240, point 56, et du 14 mai 2019, Moreira/EUIPO – Da Silva Santos Júnior (NEYMAR), T-795/17, non publié, EU:T:2019:329, points 51 et 55].

Enfin, il convient de rappeler qu'il incombe au demandeur en nullité d'établir les circonstances qui permettent de conclure que le titulaire d'une marque de l'Union européenne était de mauvaise foi lors du dépôt de la demande d'enregistrement de cette dernière (voir arrêt du 8 mai 2014, Simca, T-327/12, EU:T:2014:240, point 35 et jurisprudence citée), la bonne foi étant présumée jusqu'à preuve du contraire [arrêt du 13 décembre 2012, pelicantravel.com/OHMI –

Pelikan (Pelikan), T-136/11, non publié, EU:T:2012:689, point 57].

À cet égard, lorsque l'EUIPO constate que les circonstances objectives du cas d'espèce invoquées par le demandeur en nullité sont susceptibles de conduire au renversement de la présomption de bonne foi dont bénéficie le titulaire de la marque en cause lors du dépôt de la demande d'enregistrement de celle-ci, il appartient à ce dernier de fournir des explications plausibles concernant les objectifs et la logique commerciale poursuivis par la demande d'enregistrement de ladite marque [arrêts du 21 avril 2021, Hasbro/EUIPO – Kreativni Dogadaji (MONOPOLY), T-663/19, EU:T:2021:211, point 43, et du 25 janvier 2023, Zielonogórski Klub Żużlowy Sportowa/EUIPO – Falubaz Polska (FALUBAZ), T-703/21, non publié, EU:T:2023:19, point 67].

C'est à la lumière de ces considérations qu'il y a lieu d'examiner les arguments de la requérante.

Sur la première branche du moyen unique, tirée d'erreurs d'appréciation de la mauvaise foi

La requérante soutient, en substance, que la chambre de recours a commis plusieurs erreurs d'appréciation des circonstances sur lesquelles elle a fondé sa conclusion selon laquelle son prédécesseur en droit était de mauvaise foi lors du dépôt de la demande d'enregistrement de la marque contestée. Ces erreurs seraient relatives, premièrement, au signe figuratif NAPAPIJRI géographique et à la connaissance par le prédécesseur en droit de la requérante de certains éléments de preuve, deuxièmement, à la comparaison des signes en cause et à l'absence de risque de confusion, troisièmement, au succès commercial du signe figuratif NAPAPIJRI géographique associé au drapeau norvégien, quatrièmement, au comportement du prédécesseur en droit de la requérante à l'égard de l'intervenante et de son prédécesseur en droit, cinquièmement, au comportement du prédécesseur en droit de la requérante à l'égard de tiers et, sixièmement, aux autres marques de la requérante.

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

Sur les erreurs d'appréciation relatives au signe figuratif NAPAPIJRI géographique et à la connaissance par le prédécesseur en droit de la requérante de certains éléments de preuve

La requérante soutient que la chambre de recours a commis une erreur en ce qu'elle a pris en compte, non pas la marque antérieure, mais un ensemble composé du signe figuratif NAPAPIJRI géographique en association avec le drapeau norvégien, alors qu'un tel ensemble n'avait jamais été enregistré. De plus, au point 72 de la décision attaquée, la chambre de recours aurait illustré la marque antérieure sur le fondement d'une sélection biaisée de quelques pièces du dossier de l'EUIPO, alors que ce dernier contiendrait plusieurs exemples où la marque antérieure ne serait pas associée audit drapeau. En outre, concernant les photos mentionnées au point 72 de la décision attaquée, la chambre de recours n'aurait pas établi qu'elles étaient antérieures au dépôt de la demande d'enregistrement de la marque contestée, ni qu'elles étaient connues du prédécesseur en droit de la requérante.

Aux points 66 à 76 de la décision attaquée, la chambre de recours a, aux fins de l'appréciation de la mauvaise foi du prédécesseur en droit de la requérante, pris en compte la connaissance qu'il avait du signe figuratif NAPAPIJRI géographique associé au drapeau norvégien. À cet égard, elle a estimé, d'une part, que l'intervenante avait invoqué, à l'appui de sa demande en nullité, le fait qu'elle utilisait ce signe sur le marché et, d'autre part, que les pièces du dossier de l'EUIPO démontraient que ledit signe avait effectivement été utilisé sur le marché, et ce à des dates antérieures à la date du dépôt de la demande d'enregistrement de la marque contestée.

Tout d'abord, il convient de relever que, ainsi qu'il ressort de l'article 52, paragraphe 1, sous b), du règlement no 207/2009, c'est à juste titre que la chambre de recours a retenu, au point 62 de la décision attaquée, la date du dépôt de la demande d'enregistrement de la marque contestée, à savoir le 1er avril 2011, comme étant la date pertinente à laquelle la mauvaise foi alléguée devait être démontrée, ce que, d'ailleurs, la requérante ne conteste pas.

Ensuite, il convient de rappeler qu'il résulte de la jurisprudence que, lorsque la similitude avec un signe antérieur est invoquée pour établir que l'enregistrement de la marque contestée a été demandé de mauvaise foi, la forme sous laquelle ce signe antérieur a été utilisé sur le marché depuis son origine ne saurait être négligée aux fins de l'appréciation de la mauvaise foi, et ce indépendamment du fait de l'enregistrement ou non de ce signe en tant que marque (arrêt du 6 mars 2024, GEOGRAPHICAL NORWAY EXPEDITION, T-639/22, non publié, EU:T:2024:149, point 48).

En l'espèce, d'une part, ainsi que mentionné aux points 10, 66 et 67 de la décision attaquée, il résulte du dossier de l'EUIPO que l'intervenante avait invoqué à l'appui de sa demande en nullité le fait qu'elle utilisait le signe figuratif NAPAPIJRI géographique en association avec le drapeau norvégien et que ledit signe associé audit drapeau avait été effectivement utilisé sur le marché.

Ainsi, conformément à la jurisprudence rappelée au point 44 ci-dessus, c'est à bon droit que, aux fins de l'appréciation de la mauvaise foi du prédécesseur en droit de la requérante, la chambre de recours a pris en compte la connaissance qu'il avait du signe figuratif NAPAPIJRI géographique tel qu'utilisé, par l'intervenante, en association avec le drapeau norvégien, même s'il n'était pas enregistré.

D'autre part, il résulte du dossier de l'EUIPO que l'intervenante, afin de démontrer l'usage du signe figuratif NAPAPIJRI géographique associé au drapeau norvégien, a produit, en tant qu'éléments de preuve, notamment, les pièces 1, 5 et 7, représentées au point 72 de la décision attaquée comme suit :

À cet égard, il y a lieu de constater que, notamment, les pièces 1.1 à 1.15 montrent des catalogues, certains datés entre 1998 et 2010, de produits commercialisés par l'intervenante, à savoir des sacs, chaussures et vêtements sur lesquels est apposé le signe figuratif NAPAPIJRI géographique associé au drapeau norvégien. La pièce 5 montre des captures d'écran du site Internet www.napapijri.org datant de 2000 sur lesquelles sont reproduits des articles d'habillement ; les pièces 7.1 à 7.7 montrent des catalogues pour des produits de l'intervenante, dont notamment la parka dénommée « Skidoo », comportant le même signe, des publicités sur des réseaux sociaux et des captures d'écran du site Internet www.napapijri.org datées de 2012 et de 2016.

Il s'ensuit que, contrairement à ce que fait valoir la requérante, les éléments de preuve mentionnés au point 72 de la décision attaquée démontrent l'emploi du signe figuratif NAPAPIJRI géographique associé au drapeau norvégien à des dates précédant le dépôt de la demande d'enregistrement de la marque contestée.

Cette conclusion n'est pas remise en cause par l'argument de la requérante selon lequel il existerait d'autres photos dans le dossier de l'EUIPO illustrant une utilisation de la marque antérieure sans être associée au drapeau norvégien. Cet argument, formulé de manière vague, n'enlève rien au fait que les pièces mentionnées au point 72 de la décision attaquée démontrent bel et bien une telle utilisation associée au drapeau norvégien.

Enfin, l'argument de la requérante selon lequel la chambre de recours aurait dû démontrer que son prédécesseur en droit avait connaissance de chacun des éléments de preuve mentionnés au point 72 de la décision attaquée ne saurait prospérer.

En effet, il résulte de la jurisprudence que la cause de nullité absolue visée à l'article 52, paragraphe 1, sous b), du règlement no 207/2009 s'applique lorsqu'il existe des indices pertinents et concordants établissant la mauvaise foi du titulaire de la marque contestée. Ainsi, toute allégation de mauvaise foi doit être appréciée objectivement et globalement, en tenant compte de l'ensemble des circonstances factuelles pertinentes du cas d'espèce (voir points 29 et 30 ci-dessus).

Or, en l'espèce, les éléments mentionnés au point 72 de la décision attaquée ne sont que des illustrations parmi un ensemble d'éléments que la chambre de recours a pris en compte afin d'établir l'utilisation, par le prédécesseur en droit de l'intervenante, du signe figuratif NAPAPIJRI geographic associé au drapeau norvégien ainsi que la connaissance que le prédécesseur en droit de la requérante avait de ce signe. À cet égard, il résulte notamment du point 117 de la décision attaquée que la chambre de recours a également pris en compte le succès commercial de la marque exploitée par l'intervenante et les relations passées entre les parties pour conclure que, au jour du dépôt de la marque contestée, le prédécesseur en droit de la requérante ne pouvait ignorer l'existence de la marque antérieure telle qu'exploitée sur le marché pour des vêtements, des chaussures et des sacs.

Par ailleurs, il convient d'observer que la requérante ne conteste pas que son prédécesseur en droit avait connaissance du fait que l'intervenante utilisait le signe figuratif NAPAPIJRI geographic associé au drapeau norvégien sur le marché, ce qu'elle a d'ailleurs admis en réponse à une question posée par le Tribunal lors de l'audience.

Partant, il y a lieu de rejeter les arguments de la requérante tirés d'erreurs d'appréciation relatives au signe antérieur et à la connaissance par son prédécesseur en droit de certains éléments de preuve comme étant non fondés.

Sur les erreurs d'appréciation relatives à la comparaison des signes en cause et à l'absence de risque de confusion

La requérante soutient que la chambre de recours a fait une comparaison erronée des signes en cause. Premièrement, ce serait à tort que la chambre de recours aurait établi une comparaison entre la marque contestée et le signe figuratif NAPAPIJRI geographic associé au drapeau norvégien, alors que l'arrêt du 6 mars 2024, GEOGRAPHICAL NORWAY EXPEDITION (T-639/22, non publié, EU:T:2024:149), aurait établi cette comparaison avec la marque antérieure, telle qu'enregistrée.

Deuxièmement, même en prenant en compte le signe figuratif NAPAPIJRI geographic associé au drapeau norvégien, ce serait à tort que la chambre de recours aurait conclu que celui-ci et la marque antérieure avaient des similitudes marquées. En effet, visuellement, les signes en cause n'auraient qu'une ressemblance très faible, compte tenu des différences entre les lettres, les couleurs, la structure et le caractère dominant des éléments les composant. Phonétiquement, les signes en cause n'auraient pas de sonorités communes. Sur le plan conceptuel, la chambre de recours aurait commis une erreur en méprisant le rôle dominant de l'élément « napapijri » dans le signe figuratif NAPAPIJRI geographic associé au drapeau norvégien et en valorisant l'élément « geographic », alors que ce dernier n'était presque pas visible et donc ne contribuait pas à faire un lien mental avec la marque contestée. De même, le lien entre le drapeau norvégien et le mot « Norway » (« Norvège » en français) ne serait que très faible, étant donné que le drapeau serait un symbole étatique, que personne ne pourrait

s'approprier.

Troisièmement, la chambre de recours aurait commis une erreur en estimant que l'absence de risque de confusion n'était pas pertinente. En effet, cette absence serait pertinente dans le cadre d'une appréciation globale des facteurs pertinents, étant donné qu'elle démontrerait que le public ne serait pas trompé quant aux origines commerciales distinctes des produits concernés.

En l'espèce, s'agissant de la comparaison visuelle, aux points 80 et 81 de la décision attaquée, la chambre de recours a renvoyé aux points 53, 107 et 108 de l'arrêt du 6 mars 2024, *GEOGRAPHICAL NORWAY EXPEDITION* (T-639/22, non publié, EU:T:2024:149), en faisant valoir, en substance, que, bien que la marque antérieure et la marque contestée soient respectivement composées de deux et de trois éléments verbaux, il n'en demeurerait pas moins qu'il existait des ressemblances dans la présentation graphique de ces éléments, à savoir, notamment, la structure rectangulaire des signes en cause, la disposition sur trois niveaux de leurs éléments verbaux ainsi que la division horizontale de ces derniers par une marque blanche marquant l'inversion des couleurs. La chambre de recours en a conclu que les signes en cause présentaient une similitude visuelle légèrement inférieure à la moyenne.

S'agissant de la comparaison phonétique, au point 82 de la décision attaquée, la chambre de recours a renvoyé au point 109 de l'arrêt du 6 mars 2024, *GEOGRAPHICAL NORWAY EXPEDITION* (T-639/22, non publié, EU:T:2024:149), en estimant que les signes en cause étaient soit différents si l'élément « geographic » n'était pas prononcé, soit similaires à un degré très faible, puisque leur ressemblance était limitée au son « géografic ».

S'agissant de la comparaison conceptuelle, au point 83 de la décision attaquée, la chambre de recours a estimé que le signe figuratif NAPAPIJRI geographic associé au drapeau norvégien et la marque contestée étaient similaires à un degré moyen, dans la mesure où ils faisaient, tous les deux, référence à la géographie en raison de la présence des termes « geographical » et « geographic » et partageaient aussi la référence à la Norvège en raison de l'usage du signe figuratif NAPAPIJRI geographic associé au drapeau norvégien et de la présence de l'élément verbal anglais « norway » dans la marque contestée.

La chambre de recours a conclu, au point 84 de la décision attaquée, que la marque contestée présentait des similitudes marquées avec le signe figuratif NAPAPIJRI geographic associé au drapeau norvégien.

En premier lieu, ainsi qu'il résulte du point 46 ci-dessus, c'est à juste titre que la chambre de recours, afin d'apprécier la mauvaise foi du prédécesseur en droit de la requérante, a pris en compte le signe figuratif NAPAPIJRI geographic associé au drapeau norvégien, indépendamment du fait de son enregistrement ou non en tant que marque. Par conséquent, contrairement à ce que soutient la requérante, ledit signe, tel qu'utilisé sur le marché, pouvait être pris en compte aux fins de la comparaison entre les signes en cause dans le cadre de l'appréciation de la mauvaise foi.

À cet égard, en ce que la requérante semble soutenir que la décision attaquée n'aurait pas respecté l'arrêt du 6 mars 2024, *GEOGRAPHICAL NORWAY EXPEDITION* (T-639/22, non publié, EU:T:2024:149), il convient de relever qu'il résulte du point 52 de cet arrêt que c'est précisément à propos d'une comparaison entre le drapeau norvégien, utilisé en association avec la marque antérieure, et l'élément verbal anglais « norway », présent dans la marque contestée, que le Tribunal a rappelé que, aux fins de l'appréciation de la mauvaise foi, il y avait lieu de prendre en compte « la connaissance du signe figuratif NAPAPIJRI geographic tel qu'utilisé sur le marché, indépendamment de la question de savoir s'il avait été enregistré

comme tel ».

En deuxième lieu, s'agissant de la similitude des signes, il convient de constater que l'élément verbal du signe figuratif NAPAPIJRI géographique est composée de deux termes, « napapijri » et « géographique ». Le premier est placé dans un cadre noir et présenté en caractères majuscules stylisés, la partie supérieure en noir sur fond blanc et la partie inférieure en blanc sur fond noir, tandis que le second est placé sous le premier terme dans la partie inférieure du signe et écrit en caractères minuscules de taille plus réduite. Associée à cet élément verbal, il y a la représentation du drapeau norvégien.

La marque contestée est composée de trois termes, « geographical », « norway » et « expedition », placés dans un cadre à fond noir et écrits chacun sur une ligne, en caractères majuscules. Le terme « norway », au centre, est représenté dans une taille de police supérieure aux deux autres termes, en noir sur un fond gris. Les lettres du terme « norway » sont également stylisées dans la mesure où la partie supérieure des lettres « orway » est effacée. Le terme « geographical » est quant à lui écrit en blanc et « expedition » en rose pâle.

Il en résulte que, premièrement, en ce qui concerne la similitude visuelle, les signes en cause partagent une structure rectangulaire où leurs éléments verbaux sont disposés sur trois niveaux divisés horizontalement par une marque blanche marquant l'inversion des couleurs et coïncident par la séquence de lettres « géographique » présente dans un élément verbal dans chacun desdits signes ainsi que par la présence d'un cadre dans lequel sont placés les éléments verbaux de ces signes.

Ces éléments permettent de conclure qu'il y a une similitude visuelle entre les signes en cause. En effet, ainsi que décrit au point 81 de la décision attaquée, citant les points 107 et 108 de l'arrêt du 6 mars 2024, GEOGRAPHICAL NORWAY EXPEDITION (T-639/22, non publié, EU:T:2024:149), l'élément verbal « napapijri » se présente comme étant divisé en deux par une ligne horizontale marquant l'inversion des couleurs (blanc et noir) du texte et de son fond rectangulaire, l'élément verbal « géographique » étant positionné en contrebas de ce rectangle sur toute sa largeur. Or, dans la marque contestée, l'élément verbal « norway » se présente également au centre du fond rectangulaire comme étant divisé en deux par une ligne horizontale marquant une différenciation entre sa partie inférieure et sa partie supérieure, cette dernière, exception faite pour sa lettre initiale « n », n'étant pas visible et étant remplacée, dans la partie supérieure du fond rectangulaire, par l'élément verbal « geographical », tandis que, dans la partie inférieure de ce fond, figure, sur toute sa largeur, l'élément verbal « expedition ».

C'est ainsi à juste titre que la chambre de recours a conclu que les signes en cause présentaient une similitude visuelle légèrement inférieure à la moyenne (voir point 59 ci-dessus). Les différences entre les lettres, les couleurs, la structure et le caractère dominant des éléments que la requérante allègue, sans pour autant les préciser, ne permettent pas d'écarter la similitude entre les éléments mentionnés aux points 65 à 68 ci-dessus. Par ailleurs, la requérante elle-même affirme, dans la requête, qu'une similitude visuelle « très faible » peut être admise.

Deuxièmement, sur le plan phonétique, il convient de relever que, ainsi que l'a constaté la chambre de recours au point 82 de la décision attaquée, les signes en cause sont soit différents, soit similaires à un degré très faible selon que le mot « géographique » est ou non prononcé. En effet, les sons correspondant à ce mot sont présents dans les mots « geographical » et « géographique », utilisés par les signes en cause (voir point 60 ci-dessus), ce que d'ailleurs la requérante ne conteste pas.

Troisièmement, sur le plan conceptuel, ainsi que l'a relevé la chambre de recours au point 83 de la décision attaquée, en reproduisant l'appréciation du Tribunal, au point 110 de l'arrêt du 6 mars 2024, GEOGRAPHICAL NORWAY EXPEDITION (T-639/22, non publié, EU:T:2024:149), les deux signes font référence à la géographie en raison de la présence des termes « geographical » et « geographic ». De plus, les deux partagent la référence à la Norvège en raison de l'élément verbal anglais « norway » dans la marque contestée et du drapeau norvégien associé à la marque antérieure (voir point 61 ci-dessus).

C'est partant à juste titre que la chambre de recours a conclu que, sur le plan conceptuel, les signes en cause étaient similaires à un degré moyen.

Les arguments de la requérante ne sauraient infirmer ces appréciations. D'une part, l'argument de la requérante selon lequel l'élément « geographic » de la marque antérieure ne serait presque pas visible ne saurait prospérer. En effet, cet élément, bien qu'il soit imprimé en caractères plus petits que l'autre élément verbal, est bien visible et ne peut en aucun cas être considéré comme inexistant. De plus, contrairement à ce que fait valoir la requérante, la présence de l'élément

« napapijri » dans la marque antérieure n'est pas de nature à écarter la similitude conceptuelle entre les termes

« geographical » et « geographic », telle que constatée par la chambre de recours.

D'autre part, l'argument de la requérante selon lequel le lien entre l'élément verbal « norway » de la marque contestée et le drapeau associé à la marque antérieure ne serait que très faible ne saurait prospérer, même en admettant que, comme l'invoque la requérante, le drapeau soit un symbole étatique que personne ne peut s'approprier. En effet, en l'espèce, ce n'est pas un quelconque droit sur ce drapeau qui est en cause, mais uniquement l'appréciation de la similitude conceptuelle entre ce drapeau et l'élément verbal « norway » dans le cadre de la détermination de la mauvaise foi. Or, cette similitude est évidente, puisque tant l'élément verbal que le drapeau font référence au même pays.

En troisième lieu, il convient de relever, à l'instar de l'EUIPO, que l'argument de la requérante tiré de la non-prise en compte de l'absence d'un risque de confusion est fondé sur une lecture erronée de la décision attaquée. À cet égard, il résulte du libellé du point 85 de la décision attaquée que, en réponse à un argument de la requérante tiré de l'inexistence de similitudes suffisantes entre les signes en cause de nature à provoquer un risque de confusion, la chambre de recours s'est limitée à rappeler la jurisprudence selon laquelle l'existence d'un risque de confusion entre les signes concernés n'est pas une condition sine qua non pour l'appréciation de la mauvaise foi.

Or, ainsi qu'il résulte également de la jurisprudence rappelée au point 32 ci-dessus, la demande d'enregistrement d'une marque est susceptible d'être regardée comme ayant été introduite de mauvaise foi nonobstant l'absence de risque de confusion entre le signe utilisé par un tiers et la marque contestée.

Partant, il y a lieu de rejeter les arguments de la requérante tirés d'erreurs relatives à la comparaison des signes et à l'absence de risque de confusion comme étant non fondés.

Sur les erreurs d'appréciation relatives au succès commercial du signe figuratif NAPAPIJRI geographic associé au drapeau norvégien

Tout d'abord, la requérante reproche à la chambre de recours de ne pas avoir démontré que le signe figuratif NAPAPIJRI geographic associé au drapeau norvégien jouissait d'une certaine

notoriété en 2011.

À cet égard, il résulte des points 91 à 96 de la décision attaquée que la chambre de recours a pris en compte, notamment, les éléments de preuve suivants, joints au dossier de l'EUIPO par l'intervenante :

les pièces 1 et 2, consistant notamment en des articles de presse datant de 1993, de 1994, de 1999, de 2002, de 2004, de 2009, de 2016 et de 2019 qui se réfèrent aux produits revêtus des marques Napapijri Geographic ou Napapijri et qui décrivent la marque comme une marque « connue partout », « historique », « connue aux quatre coins du monde » et « de plus en plus populaire », notamment en Italie et en France. Ces articles faisaient, notamment, état de ses collaborations avec le couturier Karl Lagerfeld et le constructeur automobile Peugeot pour des articles Napapijri et contenaient des informations afférentes à son chiffre d'affaires prévisionnel et à un montant, en 2004 de « 6 millions d'euros de chiffre d'affaires, avec une progression de 30 % par an » ;

les pièces 3 et 4, dont il résulte que ces produits étaient vendus dans des centaines de magasins à travers l'Italie (notamment, à Rome, à Turin, à Milan, à Naples, à Florence et à Venise) ainsi que dans d'autres États membres tels que l'Allemagne, le Danemark, l'Autriche et le Royaume-Uni, ainsi que, en particulier, la France, où le prédécesseur en droit de l'intervenante avait une filiale sous le nom de Napapijri France ;

la pièce 1.14, qui montre des campagnes publicitaires menées en Italie, notamment l'exemple de celles menées en 2004 ;

la pièce 11 contenant des articles de presse qui décrivent l'anorak dénommé « Skidoo » portant le signe figuratif NAPAPIJRI geographic associé au drapeau norvégien, comme un modèle « culte », « historique », « très populaire partout dans le monde », « emblématique », « iconique », « une véritable icône de style » ;

la décision du tribunal de grande instance de Lyon (France) du 20 avril 2006 qui reconnaît la « notoriété de la marque NAPAPIJRI dans le domaine du vêtement et accessoire de sport ».

Eu égard à ces éléments, il y a lieu de conclure que les éléments de preuve apportés par l'intervenante démontraient que, depuis des années 1990, le signe figuratif NAPAPIJRI geographic associé au drapeau norvégien avait été apposé sur un éventail de produits vendus dans plusieurs États membres, que de vastes campagnes publicitaires avaient eu lieu et que de nombreux articles de presse décrivaient ledit signe comme étant très connu et populaire dans le domaine du vêtement et de l'accessoire. Elle a également fourni pour preuve des articles de presse qui faisaient état de ses collaborations avec le couturier Karl Lagerfeld et le constructeur automobile Peugeot pour des articles Napapijri et qui contenaient des informations afférentes à son chiffre d'affaires prévisionnel, qui était d'un montant important.

Ainsi, c'est sans commettre d'erreur d'appréciation que la chambre de recours a conclu, au point 97 de la décision attaquée, que le succès commercial du signe figuratif NAPAPIJRI geographic associé au drapeau norvégien exploité par l'intervenante avant le dépôt de la marque contestée avait été démontré. À cet égard, il y a lieu de relever que la requérante se limite à affirmer que la décision attaquée n'établit pas que ledit signe jouissait d'une renommée, sans pour autant contester les éléments pris en compte par la chambre de recours.

Ensuite, la requérante fait valoir que, au point 89 de la décision attaquée, la chambre de recours a dénaturé la demande en nullité de l'intervenante en remplaçant l'expression « ces dernières marques » par l'expression « ses dernières marques ». Selon la requérante, cette

expression donnait à penser que l'intervenante invoquait la renommée de l'ensemble de ses marques, y compris le signe figuratif NAPAPIJRI géographique associé au drapeau norvégien, alors que sa demande en nullité ne visait que la marque GEOGRAPHIC et le drapeau norvégien, ce dernier présenté à tort comme une marque.

À cet égard, il convient de relever, à l'instar de l'intervenante, que le point 89 de la décision attaquée se limite à reprendre le passage de la demande en nullité citée au point 59 de l'arrêt du 6 mars 2024, GEOGRAPHICAL NORWAY EXPEDITION (T-639/22, non publié, EU:T:2024:149). En tout état de cause, c'est à tort que la requérante prétend que la demande en nullité de l'intervenante ne serait pas fondée sur le signe figuratif NAPAPIJRI géographique associé au drapeau norvégien. En effet, il résulte du point 45 ci-dessus que l'intervenante a invoqué, à l'appui de sa demande en nullité, le fait qu'elle utilisait le signe figuratif NAPAPIJRI géographique associé au drapeau norvégien sur le marché. De plus, l'intervenante a joint plusieurs éléments de preuve, tels que ceux mentionnés au point 79 ci-dessus, pour illustrer l'utilisation, la connaissance et la popularité de ce signe associé à ce drapeau.

Enfin, la requérante soutient que la chambre de recours a commis une erreur au point 95 de la décision attaquée en ce qu'elle a estimé que la veste commercialisée par l'intervenante, dénommée « Skidoo », était une veste pouvant être qualifiée de « culte ». En revanche, il résulterait de décisions de tribunaux belges que cette veste n'aurait rien d'original.

Il convient de relever d'emblée que cet argument de la requérante est inopérant. D'une part, ainsi qu'il résulte du point 79 ci-dessus, la veste dénommée « Skidoo » n'est qu'un des éléments de preuve sur lesquels la chambre de recours a fondé sa conclusion quant au succès commercial du signe figuratif NAPAPIJRI géographique associé au drapeau norvégien. D'autre part, la veste dénommée « Skidoo » et sa réputation éventuelle ne sont pas en cause en l'espèce, celle-ci n'étant qu'une illustration, parmi d'autres, de l'exploitation réussie du signe figuratif NAPAPIJRI géographique associé au drapeau norvégien.

Partant, il y a lieu de rejeter les arguments de la requérante tirés d'erreurs relatives au succès commercial du signe figuratif NAPAPIJRI géographique associé au drapeau norvégien comme étant en partie inopérants et en partie non fondés.

Sur les erreurs d'appréciation relatives au comportement du prédécesseur en droit de la requérante à l'égard de l'intervenante et de son prédécesseur en droit

La requérante fait valoir que la chambre de recours a commis des erreurs dans l'appréciation du comportement de son prédécesseur en droit à l'égard de l'intervenante (et de son prédécesseur en droit). Premièrement, aux points 98 à 102 de la décision attaquée, la chambre de recours aurait à tort extrapolé l'intention malveillante de son prédécesseur en droit à partir d'un contentieux passé qui l'opposait au prédécesseur en droit de l'intervenante, concernant le signe Anapurna (ci-après l'« affaire Anapurna »). En agissant ainsi, elle aurait violé le principe selon lequel la bonne foi est présumée lors de chaque dépôt de demande d'enregistrement.

Deuxièmement, au point 106 de la décision attaquée, la chambre de recours aurait vu de la malice dans l'usage de logos circulaires stylisant des continents, alors que ceux-ci étaient banals et fréquemment utilisés comme logos d'expéditions.

Troisièmement, au point 107 de la décision attaquée, la chambre de recours aurait pris en compte des exemples de produits commercialisés en 2017 pour évaluer l'intention du prédécesseur en droit de la requérante en 2011. Ces exemples seraient marginaux et stylistiquement différents et seraient intervenus trop tard pour être pertinents.

Quatrièmement, aux points 110 et 111 de la décision attaquée, la chambre de recours aurait, à tort, rejeté l'argument de la requérante tiré de ce que son univers de communication différerait de celui de l'intervenante et que cette différence démontrerait l'absence d'intention parasitaire.

Cinquièmement, la chambre de recours aurait commis une erreur en estimant que l'usage décoratif du drapeau norvégien constituait un indice de mauvaise foi. Par ailleurs, le point 109 de la décision attaquée indiquerait la bonne foi du prédécesseur en droit de la requérante, étant donné que la chambre de recours aurait écarté la pertinence de l'élément « expédition » dans la marque contestée et retenu uniquement les éléments « geographical norway », ceux-ci étant présents dans des marques verbales qui n'auraient pas été déposées de mauvaise foi, comme l'aurait précédemment établi le Tribunal.

À titre liminaire, il y a lieu de rappeler qu'il résulte de la jurisprudence citée aux points 36 et 37 ci-dessus qu'il incombe au demandeur en nullité d'établir les circonstances qui permettent de conclure que le titulaire d'une marque de l'Union européenne était de mauvaise foi lors du dépôt de la demande d'enregistrement de cette dernière, la bonne foi étant présumée jusqu'à preuve du contraire. Lorsque l'EUIPO constate que les circonstances objectives du cas d'espèce invoquées par le demandeur en nullité sont susceptibles de conduire au renversement de la présomption de bonne foi dont bénéficie le titulaire de la marque en cause lors du dépôt de la demande d'enregistrement de celle-ci, il appartient à ce dernier de fournir des explications plausibles concernant les objectifs et la logique commerciale poursuivis par la demande d'enregistrement de ladite marque.

En l'espèce, il résulte des points 99 à 102 de la décision attaquée que la chambre de recours a pris en compte, notamment, les éléments de preuve suivants, joints au dossier de l'EUIPO par l'intervenante, afin d'analyser le comportement passé du prédécesseur en droit de la requérante à l'égard du prédécesseur en droit de l'intervenante :

les pièces 9.3 à 9.7, contenant, notamment, la lettre de mise en demeure envoyée, en 2002, par le prédécesseur en droit de l'intervenante au prédécesseur en droit de la requérante, demandant à ce dernier de mettre fin à l'utilisation d'une marque qui reprenait les éléments caractéristiques de la marque NAPAPIJRI, à savoir ANAPURNA, accompagnée du drapeau norvégien ; des documents montrant des tentatives de régler le conflit à l'amiable, ainsi que le recours introduit par le prédécesseur en droit de l'intervenante qui a donné lieu à un jugement du tribunal de grande instance de Lyon, condamnant le prédécesseur en droit de la requérante et annulant les enregistrements des marques françaises NAPAPURNA et NAPAPURNA EQUIPMENT ;

la pièce 9.9, qui montre des produits vendus par le prédécesseur en droit de la requérante, comportant le signe ANAPURNA accompagné du drapeau norvégien.

Sur le fondement de ces éléments, la chambre de recours a estimé, au point 99 de la décision attaquée, qui reprend le point 78 de l'arrêt du 6 mars 2024, GEOGRAPHICAL NORWAY EXPEDITION (T-639/22, non publié, EU:T:2024:149), que l'intervenante avait produit des éléments de preuve visant à démontrer que, depuis au moins l'année 2002, les prédécesseurs en droit de l'intervenante et de la requérante n'étaient pas inconnus l'un de l'autre et qu'ils s'étaient opposés à plusieurs reprises.

Or, ainsi qu'il résulte du point 100 de la décision attaquée, qui reprend le point 79 de l'arrêt du 6 mars 2024, GEOGRAPHICAL NORWAY EXPEDITION (T-639/22, non publié, EU:T:2024:149), lesdits conflits ne sauraient être ignorés du seul fait qu'ils concernaient des marques différentes et non les signes en cause dans le cadre du présent litige.

De plus, il convient de relever que la chambre de recours a pris en compte l'affaire Anapurna comme étant un élément pertinent, parmi d'autres, pour apprécier l'intention du déposant de la marque contestée. En effet, les conflits passés opposant le prédécesseur en droit de l'intervenante et celui de la requérante ne se limitaient pas à l'affaire Anapurna, ainsi qu'il résulte des points 99 et 102 de la décision attaquée.

Partant, contrairement à ce que soutient la requérante, la chambre de recours, en ce qu'elle a pris en compte l'affaire Anapurna dans le cadre de son appréciation du comportement passé de la requérante à l'égard de l'intervenante, n'a pas violé la présomption de bonne foi dont elle était bénéficiaire lors de la demande d'enregistrement de la marque contestée.

S'agissant de l'argument de la requérante selon lequel la chambre de recours aurait erronément vu de la malice dans l'usage de logos circulaires stylisant des continents, il convient de constater qu'il est fondé sur une compréhension erronée du point 106 de la décision attaquée.

En effet, au point 106 de la décision attaquée, la chambre de recours a considéré que la marque contestée avait été utilisée en combinaison avec d'autres marques « semi-figuratives » qui imitaient d'autres marques détenues et utilisées par l'intervenante et a illustré cette affirmation avec des photographies de quatre logos circulaires, l'un utilisé par l'intervenante et les trois autres par la requérante (ou par son prédécesseur en droit). Or, il résulte de ces photographies que, contrairement à ce que fait valoir la requérante, les ressemblances entre ce premier logo et les trois autres ne se limitent pas à leur forme circulaire, mais incluent également d'autres caractéristiques similaires, telles que la représentation de cartes géographiques, le positionnement identique des lettres ou la même composition bipartite des cercles.

S'agissant de l'argument selon lequel la chambre de recours aurait pris en compte, au point 107 de la décision attaquée, des exemples de produits commercialisés en 2017 pour évaluer l'intention du prédécesseur en droit de la requérante en 2011, il y a lieu de relever que, audit point, la chambre de recours a considéré que l'intervenante avait démontré que la marque contestée (sans le terme « expedition ») avait été apposée d'une manière quasi identique sur plusieurs vêtements et sacs dont les modèles étaient similaires à ceux commercialisés par l'intervenante et a illustré cette affirmation avec des photographies, d'une part, de deux vestes et un sac commercialisés par l'intervenante et, d'autre part, de deux vestes et un sac quasi identiques, commercialisés par la requérante (ou par son prédécesseur en droit).

Certes, ainsi que le fait valoir la requérante, les photographies exposées au point 107 de la décision attaquée montrent des produits commercialisés à une date postérieure à celle du dépôt de la demande d'enregistrement de la marque contestée.

Toutefois, ainsi qu'il résulte de la jurisprudence rappelée au point 26 ci-dessus, l'usage de la marque contestée peut constituer un élément à prendre en compte pour caractériser l'intention qui présidait à la demande d'enregistrement, y compris un usage postérieur à la date de cette demande.

En effet, l'appréciation globale de la mauvaise foi doit être fondée sur tout élément qui permet d'informer sur l'intention qui animait le demandeur au moment du dépôt de la demande d'enregistrement de la marque en cause. Des circonstances, même postérieures au dépôt de la demande d'enregistrement, peuvent servir d'indices de l'intention du demandeur à ce moment (voir, en ce sens, arrêt du 19 juin 2025, CeramTec, C-17/24, EU:C:2025:455, point 71).

En l'espèce, c'est donc à juste titre que la chambre de recours a pris en compte des éléments postérieurs au dépôt de la demande d'enregistrement de la marque contestée, tels que ceux

mentionnés au point 107 de la décision attaquée, tout en sachant que ces éléments faisaient partie d'un ensemble de circonstances factuelles qu'elle a retenues comme pertinentes pour apprécier le comportement de la requérante (et de son prédécesseur en droit) à l'égard de l'intervenante (et de son prédécesseur en droit), et dont plusieurs sont antérieures audit dépôt, ainsi qu'il résulte, notamment, du point 94 ci-dessus.

En outre, l'argument de la requérante selon lequel les exemples mentionnés au point 107 de la décision attaquée seraient marginaux et stylistiquement différents est infirmé par les photos exposées audit point, qui montrent des ressemblances entre les signes visés, les produits comportant ces signes ainsi que le positionnement desdits signes sur lesdits produits.

S'agissant de l'argument de la requérante selon lequel la chambre de recours aurait écarté, sans l'examiner, son argument relatif à la différence entre son univers de communication et celui de l'intervenante, il y a lieu de relever que, au point 110 de la décision attaquée, la chambre de recours a présenté l'argument de la requérante en indiquant qu'elle

« allègu[ait] que son prédécesseur en droit et elle-même [avaie]nt exploité la marque [contestée] dans des univers très variés, sans lien avec le monde polaire, alors que l'[intervenante] (ou son prédécesseur) associa[it] toujours ses produits à des expéditions polaires (ce qui ressort[ait] effectivement entre autres des articles de presse précités et d'un grand nombre de publicités [...]) ». De plus, au point 111 de la décision attaquée, la chambre de recours a estimé, sans être contredite sur ce point précis par la requérante, que cet argument n'était pas susceptible de modifier l'issue de l'affaire, étant donné que l'intervenante n'avait pas fondé sa demande en nullité spécifiquement sur le fait que la requérante aurait copié son univers polaire. Ainsi, l'argument de la requérante doit être rejeté.

S'agissant de l'argument de la requérante selon lequel la chambre de recours aurait commis une erreur en estimant que l'usage décoratif du drapeau norvégien constituait un indice de mauvaise foi, il y a lieu de relever que, d'une part, ainsi qu'il résulte des points 42 à 55 ci-dessus, c'est à juste titre que la chambre de recours a pris en compte le signe figuratif NAPAPIJRI géographique associé au drapeau norvégien. D'autre part, ainsi qu'il résulte des points 61, 65 et 77 ci-dessus, c'est à juste titre qu'elle a pris en compte ledit drapeau dans la comparaison des signes en cause et a estimé que le signe figuratif NAPAPIJRI géographique associé au drapeau norvégien et la marque contestée étaient conceptuellement similaires à un degré moyen, dans la mesure où, notamment, ils partageaient la référence à la Norvège en raison de l'usage du signe figuratif NAPAPIJRI géographique associé au drapeau norvégien et de la présence de l'élément verbal anglais « norway » dans la marque contestée.

En outre, l'argument de la requérante repose sur une lecture partielle de la décision attaquée. En effet, il résulte, notamment, des points 99, 102, 106 et 107 de cette décision que la conclusion de la chambre de recours selon laquelle le prédécesseur en droit de la requérante avait tenté de se placer dans le sillage de l'intervenante n'a pas été fondée sur la seule utilisation du drapeau norvégien, mais sur une combinaison d'éléments concordants, tels que la structure graphique comparable des signes en cause, leur positionnement similaire sur des produits quasi identiques et les antécédents conflictuels entre la requérante et l'intervenante (ou leurs prédécesseurs en droit).

Enfin, c'est à tort que la requérante soutient que le point 109 de la décision attaquée est une indication de la bonne foi du prédécesseur en droit de la requérante, en raison du fait que la chambre de recours avait retenu uniquement les éléments

« geographical norway », ceux-ci étant présents dans des marques verbales qui n'avaient pas été déposées de mauvaise foi. En effet, cet argument, à le supposer établi, ne remet aucunement en cause les appréciations de la chambre de recours concernant le comportement parasitaire de la requérante (et de son prédécesseur en droit) à l'égard de l'intervenante (et de

son prédécesseur en droit), ainsi qu'il résulte des éléments objectifs et concordants mentionnés aux points 94 à 108 ci-dessus.

Partant, il y a lieu de rejeter les arguments de la requérante tirés d'erreurs relatives au comportement du prédécesseur en droit de la requérante à l'égard de l'intervenante et de son prédécesseur en droit comme étant non fondés.

Sur l'erreur d'appréciation relative au comportement du prédécesseur en droit de la requérante à l'égard de tiers

La requérante fait valoir que, aux points 113 à 116 de la décision attaquée, la chambre de recours a commis une erreur en ce qu'elle a retenu, aux fins de l'appréciation de la mauvaise foi, le comportement de la requérante à l'égard de tiers, alors que ces tiers ne s'étaient pas plaints d'un comportement parasitaire de la requérante.

Il convient de constater que, au point 89 de l'arrêt du 6 mars 2024, GEOGRAPHICAL NORWAY EXPEDITION (T-639/22, non publié, EU:T:2024:149), mentionné au point 115 de la décision attaquée, le Tribunal a, en substance, reproché à la chambre de recours de ne pas avoir, dans sa décision du 23 août 2022 (voir point 13 ci-dessus), pris en compte les éléments de preuve apportés par l'intervenante concernant des marques que le prédécesseur en droit de la requérante avait tenté d'enregistrer, soit en France, soit auprès de l'EUIPO, consistant en des signes fortement similaires aux marques antérieures d'autres entreprises, alors qu'ils constituaient des éléments pertinents dans le cadre de l'appréciation de la mauvaise foi.

C'est donc à l'instar de l'arrêt du 6 mars 2024, GEOGRAPHICAL NORWAY EXPEDITION (T-639/22, non publié, EU:T:2024:149), que, aux points 113 à 116 de la décision attaquée, la chambre de recours a estimé, en substance, que le dépôt, par le prédécesseur en droit de la requérante, de plusieurs demandes d'enregistrement de marques fortement similaires à des marques antérieures de tiers, telles que celles mentionnées au point 114 de ladite décision, constituait un élément pertinent qui donnait une indication de la mauvaise foi de la requérante lors du dépôt de la demande d'enregistrement de la marque contestée.

Or, il résulte de la jurisprudence et notamment de l'arrêt du 6 mars 2024, GEOGRAPHICAL NORWAY EXPEDITION (T-639/22, non publié, EU:T:2024:149), que, dans le cadre de l'analyse globale opérée au titre de l'article 52, paragraphe 1, sous b), du règlement no 207/2009, il convient de prendre en considération tous les facteurs pertinents propres au cas d'espèce et existant au moment du dépôt de la demande d'enregistrement, dont, notamment, la logique commerciale dans laquelle s'est inscrit le dépôt de la demande d'enregistrement de la marque contestée ainsi que la chronologie des événements ayant caractérisé ledit dépôt.

Partant, il y a lieu de rejeter l'argument de la requérante tiré d'une erreur relative au comportement du prédécesseur en droit de la requérante à l'égard de tiers comme étant non fondé.

Sur l'erreur d'appréciation relative aux autres marques de la requérante

La requérante soutient que la chambre de recours a commis une erreur au point 120 de la décision attaquée en ce qu'elle a écarté des décisions rendues dans d'autres affaires portant sur d'autres marques dont elle était titulaire, à savoir notamment geographical norway, au motif qu'aucun recours n'aurait été introduit devant le Tribunal.

À cet égard, il suffit de constater que, ainsi que cela a été mentionné au point 2 ci-dessus, la demande en nullité en cause en l'espèce vise la marque contestée et non pas d'autres marques

dont la requérante peut éventuellement être la titulaire. Par conséquent, d'éventuelles décisions concernant ces autres marques ne sauraient remettre en cause la légalité de la décision attaquée.

Partant, il y a lieu de rejeter l'argument de la requérante tiré d'une erreur relative à d'autres marques de la requérante comme étant inopérant.

Par conséquent, il y a lieu de rejeter la première branche du moyen unique comme étant en partie inopérante et en partie non fondée.

Sur la seconde branche du moyen unique, tirée de la non-prise en compte d'éléments démontrant la bonne foi

La requérante soutient que la chambre de recours a omis de prendre en compte certains éléments objectifs et concordants de nature à démontrer la bonne foi de son prédécesseur en droit lors du dépôt de la demande d'enregistrement de la marque contestée et a donc fait un examen incomplet et partial du dossier. Plus précisément, elle n'aurait pas pris en compte les éléments suivants : l'exploitation continue, par la requérante, de la marque GEOGRAPHICAL NORWAY depuis 2005 ; le caractère intrinsèquement distinctif de la marque contestée ; l'absence de similitude entre la marque contestée et le signe utilisé par l'intervenante ; le libellé large des produits et services pour lesquels la marque contestée a été enregistrée, qui irait au-delà des produits commercialisés par l'intervenante ; l'absence d'actions de la part de la requérante contre l'intervenante ou de volonté d'entraver la libre concurrence, et la logique commerciale propre à la requérante, attestée par la chronologie des dépôts successifs de ses marques, montrant une volonté d'extension territoriale d'une marque française antérieurement enregistrée.

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

En premier lieu, il convient de rappeler qu'il résulte de la jurisprudence citée aux points 36 et 37 ci-dessus qu'il incombe au demandeur en nullité d'établir les circonstances qui permettent de conclure que le titulaire d'une marque de l'Union européenne était de mauvaise foi lors du dépôt de la demande d'enregistrement de cette dernière, la bonne foi étant présumée jusqu'à preuve du contraire. Lorsque l'EUIPO constate que les circonstances objectives du cas d'espèce invoquées par le demandeur en nullité sont susceptibles de conduire au renversement de la présomption de bonne foi dont bénéficie le titulaire de la marque en cause lors du dépôt de la demande d'enregistrement de celle-ci, il appartient à ce dernier de fournir des explications plausibles concernant les objectifs et la logique commerciale poursuivis par la demande d'enregistrement de ladite marque.

Par conséquent, contrairement à ce qui semble résulter de l'argumentation de la requérante, en l'espèce ce n'était pas la preuve de la bonne foi de la requérante ou de son prédécesseur en droit qui était en cause, mais celle, apportée par l'intervenante, de circonstances qui permettaient de conclure que le prédécesseur en droit de la requérante était de mauvaise foi lors du dépôt de la demande d'enregistrement de la marque contestée. L'EUIPO ayant constaté que les circonstances objectives du cas d'espèce invoquées par l'intervenante étaient susceptibles de conduire au renversement de la présomption de bonne foi dont bénéficiait la requérante, il appartenait à celle-ci de fournir des explications plausibles concernant les objectifs et la logique commerciale poursuivis par la demande d'enregistrement de ladite marque.

Or, ainsi qu'il résulte du point 16 ci-dessus, la chambre de recours a estimé, sans que cette appréciation ait été remise en cause par les arguments de la requérante examinés dans le

cadre de la première branche du moyen unique, que les circonstances objectives de l'espèce conduisaient à conclure que le prédécesseur en droit de la requérante avait agi de mauvaise foi lors du dépôt de la demande d'enregistrement de la marque contestée.

À l'appui de sa conclusion sur la mauvaise foi du prédécesseur en droit de la requérante, la chambre de recours a relevé, à juste titre, le succès commercial du signe figuratif NAPAPIJRI géographique associé au drapeau norvégien, tel qu'exploité par l'intervenante ; les conflits passés entre la requérante et l'intervenante (ou entre leurs prédécesseurs en droit) ; le fait que le prédécesseur en droit de la requérante ne pouvait pas ignorer l'existence dudit signe, tel qu'il était exploité par l'intervenante sur le marché pour des vêtements, des chaussures et des sacs ; les ressemblances marquées entre la marque contestée et ledit signe, et le fait que les signes en cause visaient soit les mêmes produits, soit des produits appartenant à des segments de marché voisins. Ensuite, elle a relevé que ces circonstances conduisaient à conclure que le prédécesseur en droit de la requérante avait l'intention de se placer dans le sillage du signe utilisé par l'intervenante. Enfin, elle a ajouté que la mauvaise foi du prédécesseur en droit de la requérante était confirmée par l'usage parasitaire de la marque contestée après son dépôt envers l'intervenante, ainsi que par des actes de parasitisme envers des tiers.

Il s'ensuit que la décision attaquée est fondée sur des circonstances objectives qui démontrent que le prédécesseur en droit de la requérante avait l'intention de se placer dans le sillage du signe utilisé par l'intervenante et qui constituent donc des indices pertinents et concordants, au sens de la jurisprudence rappelée aux points 29 et 32 ci-dessus, de la mauvaise foi du prédécesseur en droit de la requérante lors du dépôt de la demande d'enregistrement de la marque contestée.

En deuxième lieu, les arguments de la requérante tirés de circonstances liées à sa logique commerciale (ou de son prédécesseur en droit), telles que l'exploitation continue de la marque GEOGRAPHICAL NORWAY, la volonté d'extension territoriale d'une marque française antérieurement enregistrée ou l'absence d'actions contre l'intervenante et de volonté d'entraver la libre concurrence, ne sont pas de nature à remettre en cause les circonstances objectives sur lesquelles s'est appuyée la conclusion de la chambre de recours concernant la mauvaise foi du prédécesseur en droit de la requérante lors du dépôt de la demande d'enregistrement de la marque contestée.

De plus, contrairement à ce que semble faire valoir la requérante, les relations passées entre la requérante et l'intervenante n'étaient pas pacifiques, mais, en revanche, se caractérisaient par l'existence de plusieurs conflits les opposant (ou leurs prédécesseurs en droit) concernant précisément l'utilisation, par la requérante, de marques ou de signes similaires à ceux de l'intervenante (voir points 94 à 96 ci-dessus).

De surcroît, il convient de rappeler que, au point 69 de l'arrêt du 6 mars 2024, GEOGRAPHICAL NORWAY EXPEDITION (T-639/22, non publié, EU:T:2024:149), le Tribunal a, notamment, constaté que le dépôt de la demande d'enregistrement de la marque contestée ne pouvait pas s'inscrire dans une logique commerciale visant à obtenir une protection couvrant le territoire de l'Union pour la marque française verbale GEØGRAPHICAL NØRWAY, dès lors que la requérante, alors partie intervenante dans cette affaire, avait déjà déposé une demande d'enregistrement international pour une marque identique à cette marque. En effet, selon le Tribunal, il y avait lieu de relever, ainsi que la partie intervenante l'avait admis dans son mémoire en réponse, que la marque française verbale GEØGRAPHICAL NØRWAY avait fait l'objet d'une demande d'enregistrement international désignant l'Union européenne auprès de l'EUIPO le 26 juin 2007 et que ladite marque s'était vu reconnaître la même protection que celle accordée à une marque de l'Union européenne le 21 juillet 2008. Or, la marque contestée avait fait l'objet d'une demande d'enregistrement le 1er avril 2011 et avait été enregistrée le 13

septembre 2011. En outre, selon le Tribunal, il convenait de rappeler que l'enregistrement de la marque verbale GEØGRAPHICAL NØRWAY avait fait l'objet d'un recours indépendant devant lui, résultant dans l'affaire ayant donné lieu à l'arrêt du 8 septembre 2021, SBG/EUIPO – VF International (GEØGRAPHICAL NØRWAY) (T-458/20, non publié, EU:T:2021:543). Il a conclu en considérant qu'il ressortait des considérations qui précédaient que la marque verbale GEØGRAPHICAL NØRWAY et la marque contestée étaient deux marques distinctes l'une de l'autre, ayant fait l'objet d'enregistrements différents, ainsi que de décisions de l'EUIPO et d'arrêts prononcés par lui clairement différenciés.

Il s'ensuit que l'argument de la requérante tiré d'une logique commerciale visant à obtenir une protection couvrant le territoire de l'Union pour la marque française verbale GEØGRAPHICAL NØRWAY doit être rejeté.

Partant, ainsi qu'il résulte des points 127 à 129 ci-dessus, la requérante n'a pas fourni d'explications plausibles, au sens de la jurisprudence citée au point 37 ci-dessus, concernant les objectifs et la logique commerciale poursuivis par la demande d'enregistrement de la marque contestée.

En troisième lieu, l'argument de la requérante tiré de l'absence de similitude entre la marque contestée et le signe utilisé par l'intervenante est identique à celui déjà avancé dans le cadre de la première branche du moyen unique. Il convient donc de le rejeter pour les mêmes motifs que ceux mentionnés aux points 59 à 75 ci-dessus.

De même, l'argument de la requérante tiré du caractère distinctif de la marque contestée doit être rejeté, puisqu'il n'est pas de nature à neutraliser les similitudes constatées par la chambre de recours. En effet, ainsi qu'il résulte des points 59 à 62 ci-dessus, la chambre de recours a estimé, sans que ces appréciations soient remises en cause par l'argumentation de la requérante (voir points 59 à 77 ci-dessus), que les signes en cause présentaient une similitude visuelle légèrement inférieure à la moyenne, une similitude phonétique à un degré tout au plus très faible et une similitude conceptuelle à un degré moyen et donc que la marque contestée présentait des similitudes marquées avec le signe figuratif NAPAPIJRI géographique associé au drapeau norvégien. Dans ces circonstances, l'éventuel caractère distinctif de la marque contestée est sans incidence sur l'appréciation de la mauvaise foi.

En quatrième lieu, s'agissant de l'argument de la requérante tiré du libellé large des produits et services pour lesquels la marque contestée a été enregistrée, qui irait au-delà des produits commercialisés par l'intervenante, il résulte, certes, des points 3 et 6 ci-dessus que les produits couverts par la marque contestée relèvent des classes 9, 14, 16, 18, 24 et 25, alors que la marque antérieure désigne les produits et services relevant des classes 18, 25 et 43.

Toutefois, le fait que la marque contestée ait été enregistrée pour un ensemble de produits plus vaste que ceux visés par la marque antérieure ne permet pas de remettre en cause l'appréciation de la chambre de recours, dans le cadre de son analyse globale opérée au titre de l'article 52, paragraphe 1, sous b), du règlement no 207/2009, selon laquelle le prédécesseur en droit de la requérante ne pouvait pas ignorer l'existence du signe figuratif NAPAPIJRI géographique associé au drapeau norvégien, tel qu'il était exploité par l'intervenante sur le marché pour des vêtements, des chaussures et des sacs, et que les signes en cause visaient soit les mêmes produits, soit des produits appartenant à des segments de marché voisins (voir point 125 ci-dessus).

En effet, ainsi qu'il résulte de la jurisprudence rappelée au point 29 ci-dessus, la cause de nullité absolue visée à l'article 52, paragraphe 1, sous b), du règlement no 207/2009 s'applique lorsqu'il ressort d'indices pertinents et concordants que le titulaire d'une marque de l'Union

européenne a introduit la demande d'enregistrement de cette marque non pas dans le but de participer de manière loyale au jeu de la concurrence, mais avec l'intention de porter atteinte, d'une manière non conforme aux usages honnêtes, aux intérêts de tiers, ou avec l'intention d'obtenir, sans même viser un tiers en particulier, un droit exclusif à des fins autres que celles relevant des fonctions d'une marque, notamment de la fonction essentielle d'indication d'origine des produits ou des services concernés.

Partant, la seule différence entre l'étendue des produits visés par la marque contestée et les produits et services visés par le signe antérieur ne saurait, en l'espèce, infirmer l'existence d'indices pertinents et concordants de la mauvaise foi du prédécesseur en droit de la requérante lors du dépôt de la demande d'enregistrement de la marque contestée. L'argument de la requérante doit donc être rejeté, sans qu'il soit besoin de se prononcer sur son irrecevabilité, soulevée par l'EUIPO.

Il résulte de tout ce qui précède que c'est à tort que la requérante soutient que la chambre de recours a fait un examen incomplet et partial, en ne prenant pas en compte certains éléments qui, selon elle, démontreraient sa bonne foi.

Par conséquent, il y a lieu de rejeter la seconde branche du moyen unique comme étant en partie inopérante et en partie non fondée.

Il s'ensuit que le moyen unique soulevé par la requérante au soutien tant de ses conclusions en annulation qu'en réformation doit être écarté et qu'il y a lieu de rejeter le recours dans son ensemble.

Sur les dépens

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

Une audience ayant eu lieu et la requérante ayant succombé, il y a lieu de la condamner aux dépens, conformément aux conclusions de l'EUIPO et de l'intervenante.

Par ces motifs,

LE TRIBUNAL (huitième chambre) déclare et arrête :

Le recours est rejeté.

Super Brand Licencing (SBG) est condamnée aux dépens.

Gálea Costeira Ricziová

Ainsi prononcé en audience publique à Luxembourg, le 11 mars 2026. Le greffier Le président
V. Di Bucci M. van der Woude