

DÉCISION
de la Première chambre de recours
du 7 Avril 2026

Dans l'affaire R 1265/2025-1

TIBERIU-PETRE STANCIU

STR. GALATA NR. 46, SC. 2, AP. U30

VOLUNTARI, JUDET ILFOV

Roumanie

Demandeur / Demandeur au recours

représenté par Paula Adriana Acsinte, Calea Calarasilor nr. 177, bl. 45, et. 4, ap. 12, Sector 3,
030616 Bucharest, Roumanie

contre

Richemont International S.A.

Route des Biches 10

1752 Villars-sur-Glâne (Fribourg)

Suisse

Opposante / Défenderesse au recours

représentée par CABINET GERMAIN & MAUREAU, 12, rue Boileau, 69006 Lyon, France

RECOURS concernant la procédure d'opposition n° B 3 217 349 (demande de marque de
l'Union européenne n° 18 982 545)

LA PREMIÈRE CHAMBRE DE RECOURS

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

Greffière faisant fonction : K. Zajfert

rend la présente

Décision**Résumé des faits**

- 1 Par une demande qui s'est vu attribuer la date de dépôt du 5 février 2024, TIBERIU-PETRE STANCIU (« le demandeur ») a sollicité l'enregistrement de la marque figurative



pour les produits suivants :

Classe 3 : *Cosmétiques.*

- 2 La demande a été publiée le 16 février 2024.
- 3 Le 16 mai 2024, Richemont International S.A. (« l'opposante ») a formé opposition à l'encontre de la marque demandée pour tous les produits susmentionnés.

4 L'opposition était fondée sur les dispositions de l'article 8, paragraphe 1, point b) et l'article 8, paragraphe 5, du RMUE.

5 L'opposition était fondée sur les droits antérieurs suivants :

– Enregistrement de la MUE n° 13 207 097, « CARTIER » (marque antérieure 1), déposé le 17 octobre 2013, enregistré le 22 juin 2015 pour, entre autres, la *parfumerie* en classe 3 et les *joaillerie; bijouterie; bagues; bracelets; boucles d'oreilles; colliers; broches* en classe 14. La renommée de la MUE est invoquée pour les *joaillerie; bijouterie; bagues; bracelets; boucles d'oreilles; colliers* en classe 14.

– Enregistrement international désignant l'Union européenne n° 1 751 221,

Cartier
BEAUTY

(marque antérieure 2), déposé et enregistré le 22 mai 2023, pour, entre autres, les *savons non médicamenteux; gels de bain; gels de douche; préparations cosmétiques pour le bain; déodorants à usage personnel; parfums; produits de parfumerie; eau de parfum; eaux de toilette; eau de Cologne; produits cosmétiques pour les soins de la peau; produits de toilette non destinés à des fins médicales; produits de beauté non médicamenteux; lotions à usage cosmétique; huiles essentielles à usage personnel; huiles à usage cosmétique; tissus imprégnés de lotions cosmétiques; crèmes cosmétiques; masques de beauté; produits cosmétiques; produits de maquillage; fond de teint; fards; rouges à lèvres; brillants à lèvres; baumes à lèvres; étuis pour rouges à lèvres; mascara; cosmétiques pour cils; cosmétiques pour les sourcils; poudre pour le maquillage; crayons de maquillage; produits de démaquillage; produits nettoyants pour la peau; vernis à ongles; vernis à ongles en gel; dissolvants pour vernis à ongles; produits pour le soin des ongles; produits cosmétiques pour le soin des mains; papier matifiant pour le maquillage; préparations d'écrans solaires; produits cosmétiques pour le bronzage de la peau; produits de rasage; lotions après-rasage; préparations pour le soin des cheveux et préparations pour la coloration des cheveux; lotions capillaires; shampoings* en classe 3.

– Enregistrement international désignant l'Allemagne, l'Autriche, la République Tchèque, France, Croatie, Hongrie, l'Italie, le Portugal, la Roumanie, Slovaquie, et la Slovaquie n° 4 861 72A,

PANTHERE DE CARTIER

(marque antérieure 3), déposé et enregistré le 4 juin 1984 pour les *parfums, parfumerie, huiles essentielles, cosmétiques* en classe 3.

6 Par décision rendue le 20 mai 2025 (« la décision attaquée »), la Division d'Opposition a rejeté la demande de marque pour tous les produits jugeant qu'il existait un risque de confusion avec la marque antérieure 1. Les motifs de la décision peuvent être résumés comme suit :

- Les cosmétiques contestés sont similaires aux produits de parfumerie de l’opposante en ce qu’il s’agit de produits pouvant coïncider en leurs producteurs et qui s’adressent au même public auquel ils sont vendus par le biais des mêmes canaux de vente. De plus, ils ont la même destination en ce qu’ils confèrent une odeur agréable au corps ou servent à éliminer les odeurs corporelles désagréables.
- Les produits jugés similaires s’adressent au grand public et le niveau d’attention est moyen.
- Le terme « CARTIER » de la marque antérieure, présent également dans le signe contesté, sera associé à tout le moins par la partie francophone du public à un patronyme français. Ce terme, qui n’a aucune relation avec les produits en cause, est distinctif à un degré normal. Dans le signe contesté, ce patronyme est précédé du terme « DE » qui sera compris à tout le moins de la partie francophone du public soit comme une particule onomastique soit comme la préposition qui indique la possession, l’appartenance, ou encore la provenance. Ainsi, son pouvoir distinctif est limité, voire nul, bien que l’expression « DE CARTIER » dans son ensemble, comprise soit comme un nom de famille à particule soit comme indiquant l’appartenance ou la provenance des produits couverts à une personne ou à une entreprise du nom de CARTIER, demeure distinctive à un degré normal. Cette expression est représentée au moyen d’une typographie légèrement stylisée de type manuscrit et est placée entre deux tirets au bas du signe. Toutefois, ces aspects figuratifs n’ont rien d’élaboré ni de sophistiqué et n’ont qu’une fonction décorative, aussi sont-ils dépourvus de tout caractère distinctif.
- En haut du signe contesté, se trouve un élément figuratif en noir et blanc ressemblant à un écusson avec la représentation de la tête d’un chien à l’expression féroce. Le signe contient le terme « GOLAN » représenté au moyen de la même typographie, bien que de plus grandes dimensions que l’expression « DE CARTIER ». Si « GOLAN » peut être compris comme une référence au plateau du Golan, par exemple, il semble beaucoup plus probable que le public analysé perçoive ce terme comme le prénom du chien en question. Ces éléments additionnels n’ont aucune signification en relation avec les produits en cause et sont dès lors également distinctifs à un degré normal. Il convient encore de noter qu’aucun de tous les éléments composant le signe contesté ne saurait être considéré comme étant dominant. En effet, ils sont tous immédiatement et simultanément perceptibles malgré leurs différences de dimensions. Toutefois, si la représentation du chien est distinctive, élaborée, et parfaitement visible en au haut du signe, il demeure que lorsque des signes sont constitués d’éléments à la fois verbaux et figuratifs, l’élément verbal du signe a, en principe, davantage d’impact sur le consommateur que l’élément figuratif.
- Compte tenu du fait que l’expression « DE CARTIER » du signe contesté a une signification pour la partie francophone du public et que ce même public associera le terme « CARTIER » dans les deux signes à un patronyme français, la Division d’Opposition juge utile de concentrer la comparaison des signes sur cette partie du public.
- Sur le plan visuel, les signes coïncident par leur élément « CARTIER » et diffèrent par tous les éléments additionnels du signe contesté décrits supra. Par conséquent,

et compte tenu de toutes les observations supra concernant le caractère distinctif et l'impact des différents éléments composant les signes, ces derniers sont visuellement similaires à un faible degré.

- Sur le plan phonétique, si on ne peut exclure qu'une partie du public francophone se référera au signe contesté uniquement par le terme « GOLAN », une partie significative dudit public prononcera l'ensemble des éléments verbaux, à savoir « GOLAN DE CARTIER ». Dans ce dernier cas, les signes coïncident par la prononciation de l'élément « CARTIER » mais compte tenu du fait que ce dernier n'apparaît qu'à la fin de l'expression et que les signes diffèrent par leur rythme et longueur, les signes sont phonétiquement similaires à tout le moins à un faible degré.
 - Sur le plan conceptuel, il est fait référence aux affirmations précédentes concernant le contenu sémantique des marques. Étant donné que les deux signes seront associés au même patronyme « CARTIER » mais que la marque contestée véhicule également d'autres concepts, les signes sont similaires à un degré moyen.
 - Selon l'opposante, la marque antérieure jouit d'une renommée dans l'Union européenne pour une partie des produits pour lesquels elle a été enregistrée, c'est-à-dire pour les *joaillerie; bijouterie; bagues; bracelets; boucles d'oreilles; colliers* de la classe 14. Dans la mesure où les produits de l'opposante dans la classe 14 sont manifestement différents des produits contestés, un caractère distinctif élevé pour ces produits de la marque antérieure ne modifierait en rien l'issue de la présente opposition.
 - Par conséquent, l'appréciation du caractère distinctif de la marque antérieure reposera sur son caractère distinctif intrinsèque. En l'espèce, la marque antérieure dans son ensemble n'a de signification en rapport avec aucun des produits en cause du point de vue du public analysé. Dès lors, le caractère distinctif de la marque antérieure doit être considéré comme normal.
 - Le signe contesté reprend l'élément distinctif « CARTIER » qui constitue la marque antérieure de sorte que, même si le consommateur remarquera certainement les éléments additionnels du signe contesté, il aura tendance à croire que les marques sont liées en raison de la coïncidence du patronyme « CARTIER » ce qui permet de supposer que les produits couverts par le signe contesté proviennent de la même entreprise que ceux de la marque antérieure, à savoir ceux vendus sous la marque « CARTIER ».
- 7 Le 16 juillet 2025, le demandeur a formé un recours total à l'encontre de la décision attaquée dans la mesure où la marque demandée a été refusée.
- 8 Le mémoire exposant les motifs du recours a été reçu le 18 septembre 2025.
- 9 Dans ses observations en réponse reçues le 19 novembre 2025, l'opposante a demandé à la Chambre de rejeter le recours.

Moyens et arguments des parties

- 10 Les arguments développés dans le mémoire peuvent être résumés comme suit :
- Contrairement à l'évaluation de la décision contestée, le placement au sein de la représentation du signe et la différence de taille des éléments montrent que la tête d'un chien et le mot « GOLAN » sont la partie dominante, et par conséquent, la partie perceptible par le grand public qui a un niveau d'attention moyen. Il s'ensuit que l'élément « de cartier » est en fait négligeable.
 - Le public nommera les produits par le premier élément verbal le plus perceptible, qui est, sans aucun doute, le nom « GOLAN ». On ne peut pas présumer que le public se référera aux produits par le nom « de cartier » et qu'ils ignoreront le nom « GOLAN » et la représentation de la tête d'un chien.
 - En roumain, « golan » et « de cartier » désignent tous deux une personne originaire du ghetto, c'est-à-dire un surnom. Il s'ensuit que « golan de Cartier » est un pléonasme. Cela explique pourquoi aucun locuteur roumain n'associera jamais « golan/de cartier/golan de cartier » au fabricant de montres et de bijoux « Cartier ».
 - Les signes sont différents visuellement, phonétiquement et conceptuellement, et le risque de confusion est simplement exclu : les noms n'ont qu'une seule lettre en commun (la lettre « A » – « GOLAN » contre « CARTIER »), et le signe antérieur n'a aucune représentation graphique à comparer avec la tête du chien.
 - Si les deux premiers résultats sont vrais (que la similarité est à un faible degré, visuellement et phonétiquement), le troisième devrait être faux (que la similarité est à un degré normal, conceptuellement) puisque les ressemblances/différences sont les mêmes visuellement, phonétiquement et conceptuellement.
- 11 Les arguments développés dans les observations en réponse au recours peuvent être résumés comme suit :
- Les éléments verbaux dominent généralement la perception d'un signe figuratif, étant donné que le consommateur se sert principalement de ces éléments pour demander ou recommander un produit. La tête de chien, bien qu'attirant l'attention, sera perçue comme décorative et non comme l'identification des produits qui repose davantage sur la dénomination verbale accompagnant le logo.
 - Aussi, s'il est exact que le consommateur attache souvent une attention particulière à l'élément placé en première position, cette considération n'est pas absolue. La jurisprudence a rappelé que cette règle doit être nuancée, notamment lorsque la marque antérieure est reproduite dans son intégralité au sein du signe contesté.
 - Sa structure graphique, et plus particulièrement l'emploi des tirets encadrant la mention « DE CARTIER », renforce l'autonomie et la mise en valeur de ce dernier élément, qui ne saurait être considéré comme secondaire.
 - Le demandeur soutient que l'élément « DE CARTIER » ne serait pas déterminant, au motif qu'il aurait également déposé d'autres marques composées du seul terme

« GOLAN ». Un tel argument est sans fondement et ne peut entrer en considération dans l'appréciation de la similitude entre les signes.

- En ce qui concerne la comparaison visuelle, la Division d'Opposition a retenu la similarité des signes, en soulignant la coïncidence de l'élément « CARTIER » et l'absence d'élément plus distinctif ou dominant dans l'un ou l'autre des signes. L'argument relatif à l'absence de similitude visuelle doit donc être écarté.
- Phonétiquement, la marque contestée reproduisant intégralement l'enregistrement antérieur CARTIER, les signes coïncident de manière identique dans la sonorité [CARTIER]. Par conséquent, d'un point de vue phonétique, la demande contestée et la marque antérieure présentent également une forte similitude.
- Sur le plan conceptuel, le terme « CARTIER » sera très probablement associé au moins par la partie francophone du public à un patronyme, tandis que « GOLAN » sera perçu comme le prénom du chien figurant dans le signe contesté. La reprise intégrale du patronyme de la marque antérieure dans le signe contesté établit dès lors un lien conceptuel clair entre les deux signes du point de vue du public francophone à tout le moins.
- La marque antérieure invoquée a acquis une distinctivité accrue du fait de son usage intensif au fil des décennies, comme le démontrent les preuves figurant dans les annexes 1 à 5, présentées devant la Division d'Opposition.

Motifs de la décision

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

Article 8, paragraphe 1, point b), du RMUE

- 13 Conformément à l'article 8, paragraphe 1, point b), du RMUE, sur opposition du titulaire d'une marque antérieure, la marque demandée est refusée à l'enregistrement lorsqu'en raison de sa similitude avec la marque antérieure et en raison de l'identité ou de la similitude des produits ou des services que les deux marques désignent, il existe un risque de confusion dans l'esprit du public du territoire dans lequel la marque antérieure est protégée.
- 14 Constitue un risque de confusion au sens de cet article, le risque que le public puisse croire que les produits ou services en cause proviennent de la même entreprise ou, le cas échéant, d'entreprises liées économiquement (29/09/1998, C-39/97, Canon, EU:C:1998:442, § 30 ; 11/11/1997, C-251/95, Sabèl, EU:C:1997:528, § 16-18). Il ressort clairement de cette disposition qu'un risque de confusion présuppose à la fois une identité ou une similitude de la marque demandée et de la marque antérieure et une identité ou une similitude des produits/services visés par la demande d'enregistrement et de ceux pour lesquels la marque antérieure a été enregistrée. Il s'agit là de conditions cumulatives (12/10/2004, C-106/03 P, HUBERT (fig.) / SAINT-HUBERT41, EU:C:2004:611, § 51).
- 15 Le risque de confusion doit être apprécié globalement en tenant compte de tous les facteurs pertinents du cas d'espèce (29/09/1998, C-39/97, Canon, EU:C:1998:442, § 16 ;

22/06/1999, C-342/97, Lloyd Schuhfabrik, EU:C:1999:323, § 18 ; 11/11/1997, C-251/95, Sabèl, EU:C:1997:528, § 22).

- 16 À l'instar de la Division d'Opposition, la Chambre de recours fondera son appréciation en premier lieu sur la MUE n° 13 207 097, « CARTIER » (marque antérieure 1).

Public pertinent et territoire concerné

- 17 Dans le cadre de l'appréciation globale du risque de confusion, il convient de prendre en compte le consommateur moyen de la catégorie de produits et de services concernée, normalement informé et raisonnablement attentif et avisé. Il y a également lieu de prendre en considération le fait que le niveau d'attention du consommateur moyen est susceptible de varier en fonction de la catégorie de produits ou services en cause (22/06/1999, C-342/97, Lloyd Schuhfabrik, EU:C:1999:323, § 26 ; 13/02/2007, T-256/04, RESPICUR / RESPICORT, EU:T:2007:46, § 42).
- 18 La marque antérieure étant une marque de l'Union européenne, le territoire pertinent pour lequel le risque de confusion doit être apprécié est l'ensemble de l'Union européenne. À cet égard, pour refuser l'enregistrement d'une marque de l'Union européenne, il suffit que le motif relatif de refus au sens de l'article 8, paragraphe 1, point b), du RMUE n'existe que dans une partie de l'Union européenne (28/01/2016, T-194/14, AEROSTONE / BRIDGESTONE et al., EU:T:2016:42, § 52).
- 19 Par conséquent, la Chambre de recours estime qu'il convient d'adopter la même approche que celle adoptée par la Division d'Opposition, à savoir apprécier le risque de confusion conformément à l'article 8, paragraphe 1, point b), du RMUE en tenant compte de la partie francophone du public pertinent.
- 20 Comme l'a conclu à juste titre la Division d'Opposition, les produits pertinents de la classe 3, essentiellement des cosmétiques, sont des produits de consommation courante destinés au grand public, qui fera généralement preuve d'un niveau d'attention moyen. (02/03/2022, T-715/20, Skinovea / Skinoren et al., EU:T:2022:101, § 22).

Comparaison des produits

- 21 La Division d'Opposition a constaté que les produits contestés sont similaires aux produits antérieurs relevant de la classe 3.
- 22 La Chambre constate que les parties ne contestent pas les constatations de la décision contestée et relève que la décision contestée a procédé à un examen approfondi concernant la comparaison des produits en conflit et souscrit pleinement aux conclusions qui en ont été tirées. Par conséquent, afin d'éviter des répétitions inutiles, il y est fait renvoi, en ayant à l'esprit que la Chambre peut adopter les motifs d'une décision rendue par la Division d'Opposition, lesquels constituent ainsi une partie intégrante des motifs de la décision de la Chambre (13/09/2010, T-292/08, Often, EU:T:2010:399, § 48 ; 11/09/2014, T-450/11, Galileo, EU:T:2014:771, § 36).
- 23 Par conséquent, les *cosmétiques* contestés présentent un degré moyen de similitude avec la *parfumerie* antérieure relevant de la même classe.

Comparaison des signes

- 24 Selon une jurisprudence constante, l'appréciation globale du risque de confusion, en ce qui concerne la similitude visuelle, auditive ou conceptuelle des signes en cause, doit être fondée sur l'impression d'ensemble produite par ceux-ci, en tenant compte, notamment, de leurs éléments distinctifs et dominants. La perception des marques qu'a le consommateur moyen des produits ou des services en cause joue un rôle déterminant dans l'appréciation globale dudit risque. À cet égard, le consommateur moyen perçoit normalement une marque comme un tout et ne se livre pas à un examen de ses différents détails (11/11/1997, C-251/95, Sabèl, EU:C:1997:528, § 23 ; 22/06/1999, C-342/97, Lloyd Schuhfabrik, EU:C:1999:323, § 25 ; 08/05/2014, C-591/12 P, Bimbo Doughnuts, EU:C:2014:305, § 21 ; 22/10/2015, C-20/14, BGW / BGW, EU:C:2015:714, § 35).
- 25 Deux signes sont similaires lorsque, du point de vue du public pertinent, il existe entre eux une égalité au moins partielle en ce qui concerne un ou plusieurs aspects pertinents, à savoir les aspects visuel, phonétique et conceptuel (23/10/2002, T-6/01, Matratzen Markt Concord / Matratzen, EU:T:2002:261, § 30 ; 15/12/2010, T-331/09, Tolposan, EU:T:2010:520, § 43 ; 17/03/2021, T-186/20, The time / Timehouse, EU:T:2021:147, § 21).
- 26 Les signes à comparer sont les suivants :

	CARTIER
<i>Marque contestée</i>	<i>Marque antérieure</i>

- 27 Le signe contesté est une marque figurative composée des éléments verbaux « GOLAN » et « DE CARTIER ». L'élément verbal « GOLAN » est représenté en caractères noirs stylisés et de grande taille, tandis que l'élément verbal « DE CARTIER » est placé directement en dessous, dans une police stylisée plus petite. Au-dessus des éléments verbaux, le signe contesté comporte la représentation graphique d'une tête de chien au regard agressif, entourée d'une forme évoquant un écusson.

- 28 La marque antérieure est une marque verbale composée de l'élément verbal «CARTIER», le fait que la marque antérieure soit écrite en lettres majuscules ou minuscules est sans incidence (27/01/2010, T-331/08, Solfrutta, EU:T:2010:23, § 16).
- 29 La Chambre, à l'instar de la décision contestée, considère que le terme « CARTIER » de la marque antérieure, présent également dans le signe contesté, sera associé, à tout le moins par la partie francophone du public, à un patronyme français. Ce terme, qui n'a aucune relation avec les produits en cause, est dès lors distinctif à un degré normal.
- 30 Dans le signe contesté, ce patronyme est précédé du terme « DE » qui sera compris par la partie francophone du public soit comme une particule onomastique, soit comme la préposition indiquant la possession, l'appartenance ou encore la provenance. Son pouvoir distinctif est donc limité, voire nul. Toutefois, l'expression « DE CARTIER », comprise soit comme un nom de famille à particule soit comme indiquant l'appartenance ou la provenance des produits couverts à une personne ou à une entreprise du nom de CARTIER, demeure distinctive à un degré normal. Cette expression est représentée au moyen d'une typographie légèrement stylisée de type manuscrit et est placée entre deux tirets au bas du signe. Toutefois, ces aspects figuratifs ne présentent rien d'élaboré ni de sophistiqué et remplissent uniquement une fonction décorative, de sorte qu'ils sont dépourvus de caractère distinctif.
- 31 Le signe contesté contient également le terme « GOLAN », représenté au moyen de la même typographie que l'expression « DE CARTIER », mais dans des dimensions plus grandes. Comme relevé par la décision contestée, il est probable que le public pertinent perçoive cet élément comme le prénom du chien représenté dans le signe. Cet élément n'a aucune signification en relation avec les produits en cause et est donc également distinctif à un degré normal.
- 32 En outre, la partie supérieure du signe contesté comporte un élément figuratif en noir et blanc ressemblant à un écusson, au sein duquel figure la représentation de la tête d'un chien à l'expression féroce. Cet élément n'a aucune signification en relation avec les produits en cause et est donc également distinctif à un degré normal.
- 33 D'un point de vue purement visuel, la marque figurative ne comporte aucun élément pouvant être considéré comme dominant. L'élément verbal «GOLAN» apparaît certes dans des dimensions supérieures à celles de l'expression «DE CARTIER» et est placé au centre du signe, ce qui attire l'attention du consommateur et renforce sa visibilité.
- 34 Cependant, le fait qu'un élément soit visuellement plus grand ne lui confère pas automatiquement un caractère dominant au sens juridique. En l'espèce, tous les éléments composant le signe — la représentation figurative de la tête de chien dans un écusson stylisé, le terme «GOLAN» et l'expression «DE CARTIER» — restent immédiatement perceptibles et contribuent conjointement à l'impression globale du signe. Il s'ensuit qu'aucun élément ne peut être considéré comme dominant et que l'ensemble doit être apprécié dans son intégralité. Contrairement aux arguments du demandeur, le placement de l'élément «CARTIER» au sein de la représentation du signe et la différence de taille des éléments ne permettent pas de conclure que l'expression «DE CARTIER» serait négligeable.
- 35 Lorsqu'une marque est composée d'éléments verbaux et figuratifs, le consommateur est susceptible de se concentrer principalement sur l'élément dénominatif comme point de

référence, et les éléments verbaux doivent, en principe, être considérés comme plus distinctifs que les éléments figuratifs (20/01/2021, T-811/19, Cabeça de Toiro, EU:T:2021:23, § 37 ; 02/12/2020, T-687/19, Marq, EU:T:2020:582, § 63 ; 13/06/2019, T-398/18, Dermaepil sugar epil system, EU:T:2019:415, § 126). Il n'y a aucune raison pour que ces principes ne s'appliquent pas en l'espèce. Toutefois, si la représentation du chien est distinctive, élaborée et parfaitement visible en haut du signe, il demeure que, lorsque des signes sont constitués à la fois d'éléments verbaux et figuratifs, l'élément verbal du signe a, en principe, davantage d'impact sur le consommateur que l'élément figuratif.

- 36 Il convient de souligner que la perception du public roumain est inopérante en l'espèce. En effet, malgré les arguments du demandeur selon lesquels, en roumain, les termes « GOLAN » et « DE CARTIER » désignent tous deux une personne originaire du ghetto, constituant ainsi un surnom, et que l'expression « GOLAN DE CARTIER » constituerait un pléonasme, il demeure que le public pertinent pour l'appréciation du risque de confusion est francophone. Par conséquent, la perception roumaine n'a aucune incidence sur l'analyse.
- 37 Visuellement, les signes présentent une similitude limitée en ce que l'élément verbal « CARTIER » de la marque antérieure est reproduit intégralement dans le signe contesté. Il est particulièrement important de souligner que le seul élément verbal de la marque antérieure est entièrement inclus dans le signe contesté.
- 38 Bien que l'examen des similitudes visuelles entre les signes doive prendre en compte l'ensemble des éléments, les éléments figuratifs doivent être considérés comme des caractéristiques insuffisantes pour compenser une appréciation globale de la similitude visuelle (30/11/2011, T-477/10, SE© Sports Equipment, EU:T:2011:707, § 46-47). Par conséquent, bien que les éléments figuratifs ne soient évidemment pas totalement insignifiants, le consommateur est susceptible de se concentrer principalement sur les éléments dénominatifs comme point de référence, comme indiqué ci-dessus.
- 39 Dans ces circonstances, l'élément additionnel « GOLAN », l'élément « DE » ainsi que l'élément figuratif du chien, de même que les différences de style et de casse, ne suffisent pas à éliminer la similitude visuelle fondée sur l'élément « CARTIER ».
- 40 La Chambre conclut donc que le terme commun « CARTIER » rend les signes visuellement similaires à un faible degré.
- 41 Sur le plan phonétique, les éléments figuratifs respectifs n'ont aucune incidence, dans la mesure où le public pertinent n'a aucune raison de s'y référer en plus des éléments verbaux (11/09/2014, T-536/12, Aroa, EU:T:2014:770, § 45). En conséquence, il n'est pas nécessaire de tenir compte des éléments figuratifs aux fins de la comparaison phonétique des signes. Dès lors, le fait que les composants figuratifs soient écartés lors de l'examen des aspects phonétiques des signes met en évidence les similitudes entre les signes de manière encore plus nette que dans la comparaison visuelle (20/10/2021, T-559/20, Pinar Süzme Peynir, EU:T:2021:713, § 41, 74 ; 26/01/2016, T-202/14, LR nova pure., EU:T:2016:28, § 78 ; 08/05/2012, T-348/10, Royal Veste e premia lo sport, EU:T:2012:221, § 36).
- 42 Comme relevé par la décision contestée, si l'on ne peut exclure qu'une partie du public francophone se réfère au signe contesté uniquement par le terme « GOLAN », une partie significative dudit public prononcera l'ensemble des éléments verbaux, à savoir « GOLAN DE CARTIER ». Dans ce dernier cas, les signes coïncident par la prononciation de l'élément « CARTIER » mais, compte tenu du fait que ce dernier

n'apparaît qu'à la fin de l'expression et que les signes diffèrent par leur rythme et leur longueur, ils sont phonétiquement similaires à tout le moins à un degré inférieur à la moyenne.

- 43 Sur le plan conceptuel, la marque antérieure « CARTIER » est perçue comme un nom de famille français ou un patronyme distinctif. Dans le signe contesté, la particule « DE » sera comprise par le public francophone comme indiquant l'appartenance ou la provenance de l'élément distinctif « GOLAN » par rapport à « CARTIER ». Le signe peut donc être interprété comme désignant « GOLAN » appartenant ou provenant de « CARTIER ». En conséquence, le concept général d'une appartenance ou provenance de « CARTIER » détermine une similitude conceptuelle moyenne entre les signes.

Caractère distinctif de la marque antérieure

- 44 Le caractère distinctif d'une marque, au sens du RMUE, signifie que cette marque doit permettre d'identifier les produits ou services pour lesquels l'enregistrement est demandé comme provenant d'une entreprise déterminée, et ainsi de les distinguer de ceux des autres entreprises. Le caractère distinctif d'une marque doit être évalué, premièrement, par rapport à ces produits ou services et, deuxièmement, par rapport à la perception du public pertinent, composé de consommateurs moyens des produits ou services en question, raisonnablement bien informés et raisonnablement attentifs et circonspects (10/10/2019, T-700/18, Dungeons, EU:T:2019:739, § 57).
- 45 Pour des raisons d'économie de procédure, la Chambre se fondera à ce stade sur le caractère distinctif intrinsèque de la marque antérieure.
- 46 Étant donné que l'enregistrement d'une marque est toujours demandé pour les produits ou services décrits dans la demande d'enregistrement, le caractère distinctif d'une marque doit être évalué spécifiquement par référence à ces produits ou services (12/02/2004, C-363/99, Postkantoor, EU:C:2004:86, § 31-35).
- 47 La Chambre constate que la marque antérieure, dans son ensemble, présente un caractère distinctif intrinsèque d'un degré moyen, puisqu'elle n'a aucune signification directe ou pertinente en relation avec les produits antérieurs.

Appréciation globale du risque de confusion

- 48 Le risque de confusion dans l'esprit du public doit être apprécié globalement. Cette appréciation globale implique une certaine interdépendance entre les facteurs pris en compte, et notamment la similitude des marques et celle des produits ou services couverts. Ainsi, un faible degré de similitude entre les produits ou services désignés peut être compensé par un degré élevé de similitude entre les marques, et inversement (29/09/1998, C-39/97, Canon, EU:C:1998:442, § 17).
- 49 Le caractère distinctif de la marque antérieure est l'un des facteurs à prendre en compte dans l'appréciation globale du risque de confusion (11/11/1997, C-251/95, Sabèl, EU:C:1997:528, § 24). Le risque de confusion est d'autant plus élevé que le caractère distinctif de la marque antérieure s'avère important, et les marques qui ont un caractère distinctif élevé, soit intrinsèquement, soit en raison de la renommée de celles-ci sur le

marché, jouissent d'une protection plus étendue que celles dont le caractère distinctif est moindre (29/09/1998, C-39/97, Canon, EU:C:1998:442, § 18).

- 50 Le risque de confusion désigne les situations dans lesquelles le consommateur confond directement les marques entre elles ou fait un rapprochement entre les signes en conflit et suppose que les produits/services désignés proviennent de la même entreprise ou d'entreprises liées économiquement. Dans une telle hypothèse, l'impression d'ensemble produite par le signe composé peut conduire le public à croire que les produits ou services en cause proviennent, à tout le moins, d'entreprises liées économiquement, auquel cas l'existence d'un risque de confusion doit être retenue (06/10/2005, C-120/04, Thomson Life, EU:C:2005:594, § 30-31).
- 51 En l'espèce, les produits en cause sont similaires à un degré moyen. Les signes sont visuellement similaires à un faible degré, phonétiquement similaires à un degré inférieur à la moyenne et conceptuellement similaires à un degré moyen. La marque antérieure présente un caractère distinctif intrinsèque d'un degré moyen.
- 52 Le public pertinent n'a pas la possibilité de procéder à une comparaison directe entre les signes mais doit se fier à son souvenir imparfait de ceux-ci. Dans ces circonstances, il ne peut être exclu que les consommateurs puissent légitimement croire que le signe contesté constitue une nouvelle ligne de produits ou un développement récent de la marque antérieure, et qu'ils considèrent les signes comme désignant des gammes de produits différentes de la même entreprise ou, à tout le moins, d'entreprises liées économiquement.
- 53 Le public francophone pertinent, faisant preuve d'un degré moyen d'attention pour les produits concernés, peut estimer que les produits en cause dans le présent recours proviennent de la même entreprise ou d'entreprises économiquement liées.
- 54 À la lumière des considérations ci-dessus, le recours est rejeté et la décision contestée doit être confirmée dans la mesure où elle a conclu à l'existence d'un risque de confusion pour les produits contestés, sur la base de la marque antérieure 1.
- 55 Dans la mesure où le recours et l'opposition sont fondés sur la marque antérieure 1, en application de l'article 8, paragraphe 1, point b), du RMUE, il n'est pas nécessaire d'examiner le risque de confusion à l'égard des marques antérieures 2 et 3 ni au regard de l'article 8, paragraphe 5, du RMUE.

Frais

- 56 Conformément à l'article 109, paragraphe 1, du RMUE et à l'article 18 du REMUE, le demandeur, en tant que partie perdante, supporte les frais exposés par l'opposante dans les procédures de recours et d'opposition.
- 57 En ce qui concerne la procédure de recours, les frais comprennent seulement les frais de représentation professionnelle de l'opposante à hauteur de 550 EUR.
- 58 En ce qui concerne la procédure d'opposition, la Division d'Opposition a condamné le demandeur à supporter la taxe d'opposition à hauteur de 320 EUR, ainsi que les frais de représentation de l'opposante à hauteur de 300 EUR. Cette décision ne change pas. Le montant total pour les deux procédures s'élève à 1 170 EUR.

Dispositif

Par ces motifs,

LA CHAMBRE

déclare et décide :

- 1 Le recours est rejeté.**
- 2 Le demandeur est condamné à supporter les frais de l'opposante dans le cadre de la procédure de recours. Le montant pour les procédures d'opposition et de recours est de 1 170 EUR.**

Signé

G. Humphreys Bacon

Signé

A. González Fernández

Signé

M. Bra

Greffière faisant
fonction :

Signé

K. Zajfert

