



Presse et Information

Tribunal de l'Union européenne
COMMUNIQUE DE PRESSE n° 7/21

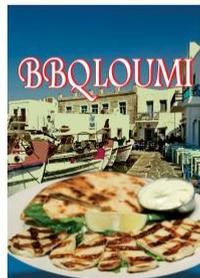
Luxembourg, le 20 janvier 2021

Arrêt dans l'affaire T-328/17 RENV
Foundation for the Protection of the Traditional Cheese of Cyprus named
Halloumi/EUIPO - M. J. Dairies (BBQLOUMI)

Le Tribunal confirme l'absence de risque de confusion entre la marque collective HALLOUMI, réservée aux membres d'une association chypriote, et le signe « BBQLOUMI » servant à désigner les produits d'une société bulgare

La Foundation for the Protection of the Traditional Cheese of Cyprus named Halloumi est titulaire de la marque collective de l'Union européenne HALLOUMI, enregistrée pour des fromages. **Une marque collective de l'Union européenne est un type de marque de l'Union européenne spécifique propre à distinguer les produits ou les services des membres de l'association qui en est titulaire de ceux d'autres entreprises.**

Se fondant sur cette marque collective, son titulaire a formé opposition à l'enregistrement en tant que marque de l'Union européenne du signe figuratif comportant l'élément verbal « BBQLOUMI », demandé par M. J. Dairies Eood, une société bulgare, notamment pour des produits comme des fromages, des extraits de viande, des aliments goût fromage et des services de restauration :



L'Office de l'Union européenne pour la propriété intellectuelle (EUIPO), chargé d'examiner les demandes d'enregistrement de marques de l'Union européenne, a rejeté cette opposition au motif notamment qu'il n'existait pas de risque de confusion, pour les consommateurs, entre le signe figuratif « BBQLOUMI » et la marque collective antérieure HALLOUMI. L'association a alors attaqué cette décision de l'EUIPO devant le Tribunal de l'Union européenne qui, après avoir constaté que la marque HALLOUMI avait un caractère distinctif faible car le terme « halloumi » désigne un type particulier de fromage, a également conclu à l'absence de risque de confusion ¹.

Dans son arrêt du 5 mars 2020 ², saisie d'un pourvoi à l'encontre de l'arrêt du Tribunal, la Cour de justice a observé que le Tribunal s'était fondé sur la prémisse selon laquelle, en cas de caractère distinctif faible de la marque antérieure, l'existence d'un risque de confusion devait être exclue dès l'instant où il s'avère que la similitude des marques en conflit ne permet pas, à elle seule, d'établir un tel risque. Elle a jugé qu'une telle prémisse est erronée, puisque la circonstance que le caractère distinctif d'une marque antérieure est faible n'exclut pas l'existence d'un risque de confusion. Ainsi, elle a annulé cet arrêt et a renvoyé l'affaire devant le Tribunal afin qu'il examine

¹ Arrêt du Tribunal du 25 septembre 2018, Foundation for the Protection of the Traditional Cheese of Cyprus named Halloumi/EUIPO – M. J. Dairies (BBQLOUMI), [T-328/17](#).

² Arrêt de la Cour du 5 mars 2020, Foundation for the Protection of the Traditional Cheese of Cyprus named Halloumi/EUIPO, [C-766/18 P](#) (voir communiqué de presse n° [26/20](#)).

s'il existe un risque de confusion pour les consommateurs quant à l'origine des produits désignés par le signe « BBQLOUMI ».

Par son arrêt prononcé ce jour, **le Tribunal rejette le recours de l'association chypriote en estimant que l'EUIPO a conclu, à bon droit, à l'absence de risque de confusion entre les signes en conflit.**

Le Tribunal rappelle, d'abord, qu'un **risque de confusion suppose à la fois une identité ou une similitude des marques en conflit et une identité ou une similitude des produits ou des services qu'elles désignent.** S'agissant de **la comparaison des produits et des services,** il constate l'absence d'un risque de confusion en ce qui concerne les « extraits de viande » et les services de restauration, visés par la marque demandée, puisqu'ils ne sont ni identiques ni semblables aux produits couverts par la marque antérieure. En revanche, en ce qui concerne les autres produits, comme les fromages, similaires, à différents degrés, aux produits désignés par la marque antérieure, l'existence d'un risque de confusion ne saurait d'emblée être exclue.

Concernant **la similitude des signes en cause,** le Tribunal souligne que les signes en conflit partagent l'élément « loumi » qui est intrinsèquement peu distinctif pour une grande partie du public pertinent qui le comprendra comme une référence possible au fromage halloumi. Étant donné que l'attention du public sera davantage attirée par la partie initiale de cet élément verbal, c'est-à-dire la partie « bbq », en raison de sa position, plutôt que par la partie finale « loumi », ce dernier contribue très faiblement au caractère distinctif de la marque demandée. Ainsi, **le faible degré de similitude des signes en cause est peu susceptible de contribuer à l'existence d'un risque de confusion.**

En outre, l'élément figuratif de celle-ci joue également un rôle différenciateur dans la mesure où la marque antérieure est une marque verbale. Cet élément figuratif se rapporte davantage à la notion de « barbecue » qu'à celle de « fromages produits dans un environnement méditerranéen » puisqu'il n'est pas possible d'affirmer catégoriquement que les aliments représentés sont des morceaux de fromage halloumi.

Le Tribunal examine, ensuite, **le degré du caractère distinctif** de la marque collective antérieure et souligne que celui-ci est faible. Les consommateurs ne l'associeront pas, en effet, à autre chose qu'au fromage halloumi, eu égard au fait qu'elle renvoie au nom générique de ce type de fromage, plutôt qu'à l'origine commerciale des produits désignés par celle-ci, en ce qu'ils proviennent des membres de l'association chypriote ou, le cas échéant, d'entreprises économiquement liées à ces membres ou à cette association.

Enfin, le Tribunal estime qu'il n'existe pas de risque de confusion pour le public pertinent concernant l'origine commerciale des produits revêtus de la marque demandée. En effet, même si les consommateurs portent leur attention sur l'élément « loumi », ce qui est peu probable compte tenu de sa position secondaire, et perçoivent l'élément figuratif comme une référence possible au fromage halloumi grillé passé au barbecue, ils n'établiront pas de lien entre les deux marques dans la mesure où, d'une part, ils établiront, tout au plus, un lien entre la marque antérieure et le fromage halloumi et, d'autre part, les marques en conflit ne présentent, considérées globalement, qu'un faible degré de similitude.

RAPPEL : Les marques de l'Union et les dessins et modèles communautaires sont valables sur l'ensemble du territoire de l'Union européenne. Les marques de l'Union coexistent avec les marques nationales. Les dessins et modèles communautaires coexistent avec les dessins et modèles nationaux. Les demandes d'enregistrement des marques de l'Union et des dessins et modèles communautaires sont adressées à l'EUIPO. Un recours contre ses décisions peut être formé devant le Tribunal.

RAPPEL : Un pourvoi, limité aux questions de droit, peut être formé, devant la Cour, à l'encontre de la décision du Tribunal, dans un délai de deux mois et dix jours à compter de sa notification. Le pourvoi sera soumis à une procédure d'admission préalable. À cette fin, il devra être accompagné d'une demande d'admission exposant la ou les questions importantes que soulève le pourvoi pour l'unité, la cohérence ou le développement du droit de l'Union.

Document non officiel à l'usage des médias, qui n'engage pas le Tribunal.

Le [texte intégral](#) de l'arrêt est publié sur le site CURIA le jour du prononcé.

Contact presse : Antoine Briand ☎ (+352) 4303 3205.