



Presse et Information

Tribunal de l'Union européenne
COMMUNIQUE DE PRESSE n° 29/16

Luxembourg, le 16 mars 2016

Arrêt dans l'affaire T-201/14
The Body Shop International plc / OHMI

The Body Shop ne peut pas enregistrer « SPA WISDOM » comme marque communautaire

Le terme « spa » n'est pas un terme générique pour les produits cosmétiques

En 2010, The Body Shop International, établie à Littlehampton (Royaume-Uni), a présenté une demande d'enregistrement de marque communautaire à l'Office de l'harmonisation dans le marché intérieur (OHMI)¹. Il s'agissait du signe verbal SPA WISDOM. L'enregistrement concernait notamment les produits cosmétiques.

Spa Monopole, compagnie fermière de Spa, établie à Spa (Belgique), a formé opposition contre cet enregistrement. Son opposition était fondée sur plusieurs marques antérieures enregistrées au Benelux et utilisant le terme « spa », dont la marque verbale SPA qui vise notamment les eaux minérales et gazeuses.

En janvier 2014, l'OHMI a fait droit à l'opposition et a rejeté la demande d'enregistrement de la marque SPA WISDOM dans son intégralité. Elle a considéré qu'il existait un risque que l'usage de celle-ci tire indûment profit du caractère distinctif ou de la renommée de la marque antérieure de Spa. Le 26 mars 2014, The Body Shop a introduit un recours devant le Tribunal de l'Union européenne pour faire annuler la décision de l'OHMI.

Dans son arrêt d'aujourd'hui, le Tribunal rejette le recours introduit par The Body Shop.

Il confirme ainsi sa jurisprudence antérieure², en constatant que le terme « spa » peut éventuellement constituer un terme générique et descriptif pour les espaces dédiés à l'hydrothérapie, tels que des hammams ou des saunas, mais pas pour les produits cosmétiques, au motif que les liens entre les produits cosmétiques et les centres d'hydrothérapie ne sont pas tels que le caractère générique ou descriptif de ce mot puisse leur être étendu.

Le Tribunal précise que les produits visés par la marque verbale SPA, à savoir les eaux minérales, peuvent être utilisés comme ingrédients pour les produits cosmétiques. Dès lors, il existe entre ces deux types de produits une certaine proximité, renforcée par le fait que les exploitants d'eaux minérales vendent parfois des produits cosmétiques composés d'eaux minérales.

Par conséquent, au regard du public ciblé par les signes en conflit, à savoir le grand public des pays du Benelux, du degré de similitude moyen entre ces signes, de la proximité des produits désignés par les signes en conflit et de la grande renommée de la marque SPA, c'est sans commettre d'erreur que l'OHMI a pu considérer que le public pertinent était susceptible d'établir un lien entre les signes en conflit.

En outre, le Tribunal relève que l'image de la marque SPA et le message qu'elle véhicule renvoient à la santé, la beauté, la pureté et la richesse en minéraux. Cela s'applique également aux produits cosmétiques. En effet, ceux-ci visent à préserver, à soigner et à purifier la peau et poursuivent un objectif de beauté.

¹ Règlement (CE) n° 207/2009 du Conseil, du 26 février 2009, sur la marque communautaire (JO L 78, p. 1).

² Arrêts du 25 mars 2009, *L'Oréal/OHMI – Spa Monopole (SPALINE)* (affaire [T-21/07](#)), et *L'Oréal/OHMI – Spa Monopole (SPA THERAPY)* (affaire [T-109/07](#)).

Le Tribunal conclut donc que c'est à bon droit que l'OHMI a considéré que l'usage de SPA WISDOM risquait de tirer indûment profit de la renommée de la marque SPA et de l'image véhiculée par celle-ci, de sorte que la commercialisation des produits visés par la marque demandée serait facilitée par leur association avec la marque antérieure.

RAPPEL: Un pourvoi, limité aux questions de droit, peut être formé devant la Cour contre la décision du Tribunal, dans un délai de deux mois à compter de sa notification.

RAPPEL: Le recours en annulation vise à faire annuler des actes des institutions de l'Union contraires au droit de l'Union. Sous certaines conditions, les États membres, les institutions européennes et les particuliers peuvent saisir la Cour de justice ou le Tribunal d'un recours en annulation. Si le recours est fondé, l'acte est annulé. L'institution concernée doit remédier à un éventuel vide juridique créé par l'annulation de l'acte.

RAPPEL: La marque communautaire est valable sur l'ensemble du territoire de l'Union européenne et coexiste avec les marques nationales. Les demandes d'enregistrement d'une marque communautaire sont adressées à l'OHMI. Un appel contre ses décisions peut être formé devant le Tribunal.

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: Gilles Despeux 📞 (+352) 4303 3205