



Presse et Information

Tribunal de l'Union européenne
COMMUNIQUE DE PRESSE n° 126/21

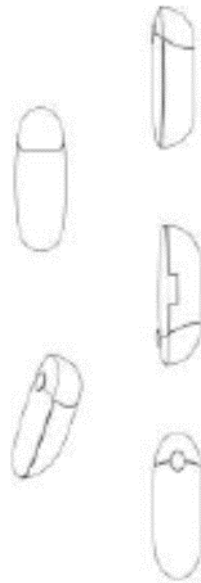
Luxembourg, le 14 juillet 2021

Arrêt dans l'affaire T-488/20
Guerlain/EUIPO

Marque de l'Union européenne : la marque tridimensionnelle de la forme d'un rouge à lèvres de Guerlain peut être enregistrée

Le Tribunal annule la décision de l'EUIPO qui avait rejeté la demande initiale de Guerlain

Guerlain a demandé l'enregistrement d'une marque de l'Union européenne tridimensionnelle à l'Office de l'Union européenne pour la propriété intellectuelle (EUIPO) pour des rouges à lèvres. Il s'agit d'un signe tridimensionnel constitué par la forme d'un rouge à lèvres représenté comme suit :



L'examineur de l'EUIPO a constaté l'absence de caractère distinctif de la marque demandée ¹ et a rejeté la demande d'enregistrement. La chambre de recours a confirmé cette décision en constatant que la marque ne divergeait pas suffisamment des normes et habitudes du secteur.

Le Tribunal de l'Union européenne annule la décision de la chambre de recours. Il juge que la marque demandée dispose d'un caractère distinctif car elle diverge de manière significative de la norme et des habitudes du secteur des rouges à lèvres.

Appréciation du Tribunal

En premier lieu, le Tribunal rappelle que l'appréciation du caractère distinctif ne se fonde pas sur l'originalité ou l'absence d'utilisation de la marque demandée dans le domaine dont relèvent les

¹ Le caractère distinctif d'une marque, au sens de l'article 7, paragraphe 1, sous b), du 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), signifie que cette marque permet d'identifier le produit pour lequel l'enregistrement est demandé comme provenant d'une entreprise déterminée et donc de distinguer ce produit de ceux d'autres entreprises.

produits et les services concernés. En effet, une marque tridimensionnelle constituée par la forme du produit doit nécessairement diverger de manière significative de la norme ou des habitudes du secteur concerné. Dès lors, la seule nouveauté de ladite forme n'est pas suffisante pour conclure à l'existence d'un caractère distinctif. Toutefois, le fait qu'un secteur se caractérise par une importante variété de formes de produits n'implique pas qu'une éventuelle nouvelle forme sera nécessairement perçue comme l'une d'elles.

En deuxième lieu, selon le Tribunal, la circonstance que des produits aient un design de qualité n'implique pas nécessairement qu'une marque constituée de la forme tridimensionnelle de ces produits puisse distinguer lesdits produits de ceux d'autres entreprises. Il relève que la prise en compte de l'aspect esthétique de la marque demandée n'équivaut pas à une évaluation de la beauté du produit en cause mais vise à vérifier si celui-ci est en mesure de générer un effet visuel objectif et inhabituel dans la perception du public pertinent.

En troisième lieu, tenant compte des images prises en considération par la chambre de recours comme constituant la norme et les habitudes du secteur concerné, le Tribunal constate que la forme en cause est inhabituelle pour un rouge à lèvres et diffère de toute autre forme existant sur le marché. En effet, il observe tout d'abord que cette forme rappelle celle d'une coque de bateau ou d'un couffin. Or, une telle forme diffère significativement des images prises en considération par la chambre de recours et qui représentaient, pour la plupart, des rouges à lèvres de formes cylindriques et parallélépipédiques. Ensuite, la présence de la petite forme ovale en relief est insolite et contribue à l'apparence inhabituelle de la marque demandée. Enfin, le fait que le rouge à lèvres représenté par cette marque ne puisse pas être positionné de manière verticale renforce l'aspect visuel inhabituel de sa forme.

Par conséquent, le Tribunal juge que le public pertinent sera surpris par cette forme facilement mémorisable et la percevra comme divergeant de manière significative de la norme et des habitudes du secteur des rouges à lèvres en mesure d'indiquer l'origine des produits concernés. Dès lors, la marque demandée dispose d'un caractère distinctif lui permettant d'être enregistrée.

RAPPEL : La marque de l'Union est valable sur l'ensemble du territoire de l'Union européenne et coexiste avec les marques nationales. Les demandes d'enregistrement d'une marque de l'Union 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.

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.

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 : Amanda Nouvel 📞 (+352) 4303 2524.

Des images du prononcé de l'arrêt sont disponibles sur « [Europe by Satellite](#) » 📞 (+32) 2 2964106.