ARRÊT DU TRIBUNAL (cinquième chambre)

21 février 2006 *

Dans l'affaire T-214/04,

The Royal County of Berkshire Polo Club Ltd, établie à Winkfield, Windsor, Berkshire (Royaume-Uni), représentée par M. J. Maitland-Walker, solicitor, et M^me^ D. McFarland, barrister,

partie requérante,

contre

Office de l'harmonisation dans le marché intérieur (marques, dessins et modèles) (OHMI), représenté par M. P. Bullock, en qualité d'agent,

partie défenderesse,

l'autre partie à la procédure devant la chambre de recours de l'OHMI, intervenant devant le Tribunal, étant

* Langue de procédure: l'anglais.

The Polo/Lauren Co. LP, établie à New York (États-Unis), représentée par MM. P. Taylor, solicitor, et A. Bryson, barrister,

ayant pour objet une demande d'annulation de la décision de la première chambre de recours de l'OHMI du 25 mars 2004 (affaire R 273/2002-1), relative à une procédure d'opposition entre The Polo/Lauren Co. LP et The Royal County of Berkshire Polo Club Ltd,

LE TRIBUNAL DE PREMIÈRE INSTANCE
DES COMMUNAUTÉS EUROPÉENNES (cinquième chambre),

composé de M. M. Vilaras, président, M[mes] M. E. Martins Ribeiro et K. Jürimäe, juges,

greffier: M[me] K. Andová, administrateur,

vu la requête déposée au greffe du Tribunal le 3 juin 2004,

vu le mémoire en réponse déposé au greffe du Tribunal le 29 septembre 2004,

vu le mémoire en réponse de l'intervenant déposé au greffe du Tribunal le 21 septembre 2004,

à la suite de l'audience du 15 septembre 2005,

rend le présent

Arrêt

Antécédents du litige

1 Le 5 juin 1997, la société Royal County of Berkshire Polo Club Ltd (ci-après la «requérante») a présenté une demande de marque communautaire à l'Office de l'harmonisation dans le marché intérieur (marques, dessins et modèles) (OHMI), en vertu du règlement (CE) nº 40/94 du Conseil, du 20 décembre 1993, sur la marque communautaire (JO 1994, L 11, p. 1), tel que modifié.

2 La marque dont l'enregistrement a été demandé est un signe mixte, comprenant un élément verbal et un élément figuratif, reproduit ci-dessous:

3 Les produits pour lesquels l'enregistrement de la marque a été demandé relèvent des classes 3, 9, 14, 18, 21 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. Les produits relevant de la

classe 3 correspondent à la description suivante: «Préparations pour blanchir et autres substances pour lessiver; préparations pour nettoyer, polir, dégraisser et abraser; savons; parfumerie, huiles essentielles, cosmétiques, lotions pour les cheveux; dentifrices, lotion après rasage, préparations pour les cheveux, shampooing, déodorants, eau de toilette, vaporisateurs pour le corps, huiles de bain, bain moussant, gel douche».

4 La demande de marque communautaire a été publiée au *Bulletin des marques communautaires* n° 92/1998 du 30 novembre 1998.

5 Le 8 janvier 1999, la société The Polo/Lauren Company LP (ci-après l'«intervenante») a formé une opposition en vertu de l'article 42, paragraphe 1, du règlement n° 40/94. Le motif invoqué à l'appui de l'opposition était le risque de confusion visé à l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 40/94 entre la marque demandée et les marques antérieures nationales dont l'intervenante est la titulaire. Les marques antérieures en question sont les marques suivantes:

a) la marque allemande n° 1 153 949 déposée le 30 janvier 1988, enregistrée le 9 février 1990 et protégée jusqu'au 31 janvier 2008 pour les «parfums, eau de Cologne, eau de toilette, cosmétiques, en particulier poudres, crèmes, lotions, huiles essentielles, savons, préparations cosmétiques contenant des additifs déodorants, mais à l'exception des cosmétiques pour les cheveux», compris dans la classe 3;

b) la marque grecque n° 103 778 déposée le 23 avril 1991 et enregistrée le 17 mars 1994 pour tous les produits de la classe 3, y compris «parfumerie, eau de Cologne, eau de toilette, cosmétiques, poudre, crèmes, lotions, huiles essentielles, savons, déodorants à usage personnel, lotions pour les cheveux, dentifrices»;

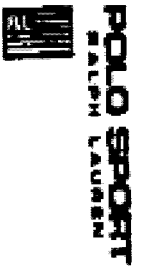
c) la marque espagnole n° 1 253 471 déposée le 19 mai 1988 et enregistrée le 5 novembre 1990 pour une série de produits compris dans la classe 3, à savoir «parfumerie, eau de Cologne, eau de toilette, cosmétiques, poudres, crèmes et lotions, huiles essentielles, savons et déodorants à usage personnel, à l'exception des dentifrices et préparations pour nettoyer les dents»;

d) la marque suédoise n° 225 475 déposée le 4 juillet 1989 et enregistrée le 2 août 1991 pour certains produits de la classe 3, à savoir «parfumerie, eau de Cologne, eau de toilette, cosmétiques, poudre, crèmes et lotions, huiles essentielles, savons, déodorants à usage personnel».

Le signe enregistré pour ces quatre marques était le suivant:

e) les deux enregistrements britanniques de la marque verbale POLO n^{os} 638 708 et 657 863 sollicités respectivement le 18 juillet 1945 et le 1er avril 1947 et renouvelés jusqu'au 18 juillet 2008 et jusqu'au 1er avril 2006 pour une série de produits compris dans la classe 3, à savoir «parfumerie, préparations pour la toilette (non médicamenteuses), préparations cosmétiques, dentifrices, préparations dépilatoires, savons, articles de toilette (non compris dans d'autres classes), à l'exception des récipients pour poudres ainsi que des autres produits de type récipients pour poudres» (n° 638 708) et «sels de bain, talc, poudre pour le visage, crème pour le visage, préparations pour la stimulation du cuir chevelu, lotions après-rasage, toutes ces préparations pour la toilette étant non médicamenteuses, et rouge à lèvres, brillantine, lotions pour les cheveux, shampooings, dentifrices, savons et parfums» (n° 657 863);

f) la marque figurative britannique n° 2 007 609



déposée le 23 décembre 1994 et enregistrée le 13 mars 1996 pour une série de produits de la classe 3, à savoir «savons, parfumerie, eau de toilette, huiles essentielles, cosmétiques, dentifrices, eau de Cologne, gel pour le rasage, crème pour le rasage, baume après-rasage, mousse après-rasage, lotion pour la peau, crème pour la peau, hydratant pour le visage, talc, vaporisateur antiperspirant et stick déodorant à usage personnel et protections solaires, tous pour hommes», mais à l'exception des produits pour les cheveux;

g) la marque figurative britannique n° 2 140 409

déposée le 30 juillet 1997 et enregistrée le 27 février 1998 pour une série de produits compris dans la classe 3, c'est-à-dire «parfums, eaux de Cologne, senteurs, lotion après-rasage, baume après-rasage, antiperspirant, déodorant

personnel, talc, eau de toilette, poudre pour le corps, cosmétiques, produits de soins de beauté, à savoir crèmes pour le visage et le corps, lotions et lotions et crèmes solaires, et crèmes et lotions de protection solaire, produits de soins pour les cheveux, à savoir shampooings, après-shampooings, crèmes et lotions pour les cheveux et brillantines et préparations pour stimuler le cuir chevelu; produits pour le bain et la douche, à savoir savons pour la toilette, shampooings pour le corps, exfoliants pour le corps, produits adoucissants pour le corps, sels de bain, gels pour le bain et la douche, huiles pour le bain et la douche et huiles essentielles»;

h) l'enregistrement britannique de la marque figurative n° 657 864

sollicité le 1er avril 1947 et renouvelé le 15 mai 1996 pour une série de produits compris dans la classe 3, à savoir «sels de bain, talc, poudre pour le visage, préparations pour stimuler le cuir chevelu, lotions après-rasage, crème pour le visage, tous ces produits étant des préparations non médicamenteuses pour la toilette, et rouge à lèvres, brillantine, lotions pour les cheveux, shampooings, dentifrices, savons et parfums»;

i) la marque figurative britannique nº 1 484 052

déposée le 28 novembre 1991 et enregistrée le 7 janvier 1994 pour des préparations parfumées comprises dans la classe 3.

6 Dans sa décision nº 182/2002, du 31 janvier 2002, communiquée aux parties le même jour, la division d'opposition de l'OHMI a rejeté l'opposition.

7 Le 27 mars 2002, l'intervenante a introduit un recours auprès de l'OHMI, au titre de l'article 59 du règlement nº 40/94, contre la décision de la division d'opposition.

8 Par décision du 25 mars 2004 (affaire R 273/2002-1), notifiée à la requérante le 1er avril 2004 (ci-après la «décision attaquée»), la première chambre de recours a partiellement fait droit au recours. Elle a considéré, en substance, qu'il existait un risque de confusion entre la marque demandée et la marque figurative antérieure

enregistrée au Royaume-Uni sous le nº 657 864 pour les produits suivants: «préparations pour nettoyer, dentifrices, parfumerie, lotion après-rasage, préparations pour les cheveux, shampooing, savons, huiles essentielles, cosmétiques, lotion pour les cheveux, déodorants, eau de toilette, vaporisateurs pour le corps, huiles de bain, bain moussant, gel douche». En revanche, selon la chambre de recours, ce risque de confusion n'existe pas pour les produits suivants: «préparations pour blanchir et autres substances pour lessiver, préparations pour polir, dégraisser et abraser».

Conclusions des parties

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

— annuler la décision attaquée;

— ordonner l'enregistrement de la marque pour toutes les classes de produits, y compris la classe 3;

— condamner l'OHMI aux dépens, y compris ceux engagés dans la procédure devant la chambre de recours.

10 L'OHMI conclut à ce qu'il plaise au Tribunal:

— rejeter le recours;

— condamner la partie requérante aux dépens.

11 L'intervenante conclut à ce qu'il plaise au Tribunal faire droit à l'opposition pour tous les produits visés dans la demande d'enregistrement, y compris les préparations pour blanchir et autres substances pour lessiver et les préparations pour polir, dégraisser et abraser, sur le fondement tant de la marque antérieure enregistrée au Royaume-Uni sous le nº 657 864 que des autres marques antérieures.

En droit

12 La requérante invoque, en substance, deux moyens à l'appui de son recours, tirés de la violation, premièrement, de l'obligation de motivation et, deuxièmement, de l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement nº 40/94.

Sur le premier moyen de la requérante, tiré de la violation de l'obligation de motivation

Arguments des parties

13 La requérante est d'avis que la décision attaquée viole l'obligation de motivation. Plus particulièrement, la chambre de recours n'aurait pas motivé ou suffisamment motivé le rejet du raisonnement suivi par la division d'opposition de l'OHMI, selon lequel, d'une part, l'œil du consommateur sera probablement davantage attiré par les mots «Royal County of Berkshire» en raison de leur position, laquelle surplombe l'élément figuratif de la marque demandée, et, d'autre part, la marque antérieure POLO fait référence au sport en général, tandis que la demande de marque communautaire permettra d'identifier un club de polo spécifique.

14 L'OHMI met en avant le fait que la chambre de recours a, au point 31 de la décision attaquée, justifié sa conclusion selon laquelle les signes en cause étaient similaires d'un point de vue visuel. S'agissant de la comparaison conceptuelle, l'OHMI souligne que la chambre de recours était fondée à considérer qu'il existait une certaine similitude conceptuelle entre les signes, étant donné qu'ils évoquent tous deux le sport de polo, qui n'aurait rien à voir avec les produits concernés. L'OHMI conclut que la chambre de recours a exposé les raisons pour lesquelles elle s'était écartée de la décision de la division d'opposition de l'OHMI.

15 L'intervenante ne présente pas d'observations spécifiques concernant l'argument selon lequel la chambre de recours n'aurait pas motivé ou suffisamment motivé le rejet du raisonnement de la division d'opposition. Cependant, elle défend le raisonnement retenu par la chambre de recours.

Appréciation du Tribunal

16 Il y a lieu de rappeler que, en vertu de l'article 73, première phrase, du règlement nº 40/94, les décisions de l'OHMI doivent être motivées. Cette obligation a la même portée que celle consacrée par l'article 253 CE [arrêt du Tribunal du 28 avril 2004, Sunrider/OHMI — Vitakraft-Werke Wührmann et Friesland Brands (VITATASTE et METABALANCE 44), T-124/02 et T-156/02, Rec. p. II-1149, point 72].

17 Il ressort d'une jurisprudence constante que l'obligation de motiver les décisions individuelles a pour double objectif de permettre, d'une part, à l'intéressé de connaître les justifications de la mesure prise afin de défendre ses droits et, d'autre part, au juge communautaire d'exercer son contrôle sur la légalité de la décision (voir arrêt VITATASTE et METABALANCE 44, précité, point 73, et la jurisprudence citée). La question de savoir si la motivation d'une décision satisfait à ces exigences doit être appréciée au regard non seulement de son libellé, mais aussi de son contexte, ainsi que de l'ensemble des règles juridiques régissant la matière concernée (arrêt de la Cour du 29 février 1996, Commission/Conseil, C-122/94, Rec. p. I-881, point 29, et arrêt du Tribunal du 6 avril 2000, Kuijer/Conseil, T-188/98, Rec. p. II-1959, point 36).

18 En l'espèce, il convient d'examiner les prétendues absence ou insuffisance de motivation alléguées par la requérante.

19 Tout d'abord, s'agissant du rejet du raisonnement de la division d'opposition de l'OHMI selon lequel l'œil du consommateur sera probablement davantage attiré par les mots «Royal County of Berkshire» en raison du fait qu'ils surplombent l'élément

figuratif de la marque demandée, le Tribunal estime, en particulier, que la considération figurant au point 31 de la décision attaquée, selon laquelle la manière dont les mots composant l'élément verbal du signe en cause sont écrits renforce sensiblement le caractère dominant de la représentation du joueur de polo, permettait à la requérante de connaître la raison exacte pour laquelle la chambre de recours n'avait pas retenu l'élément verbal comme élément dominant et, par conséquent, pourquoi elle avait rejeté le raisonnement de la division d'opposition.

20 Ensuite, s'agissant du raisonnement de la division d'opposition selon lequel la marque antérieure POLO fait référence au sport en général, tandis que la marque demandée permettra d'identifier un club de polo spécifique, il convient de noter que, contrairement à ce que fait valoir la requérante, ledit raisonnement n'a pas été infirmé par la chambre de recours. En effet, au point 32 de la décision attaquée, la chambre de recours a explicitement confirmé que les mots «Royal County of Berkshire Polo Club» pouvaient évoquer pour un consommateur anglais un club spécifique où des personnes jouent au polo.

21 Puisque, dans leur ensemble, les motifs de la décision attaquée font apparaître de façon claire le raisonnement suivi quant à l'appréciation du risque de confusion, il y a lieu de conclure que le premier moyen doit être rejeté comme non fondé.

Sur le deuxième moyen de la requérante, tiré de la violation de l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement nº 40/94

Arguments des parties

22 La requérante invoque plusieurs arguments qui reviennent, en substance, à se prévaloir de la violation de l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement nº 40/94.

23 La requérante relève, en premier lieu, que la décision attaquée a indûment décomposé la marque demandée et ne l'a pas considérée comme un tout, mais comme une série d'éléments auxquels elle a assigné des valeurs, caractères distinctifs ou aptitudes à être remarqués différents.

24 En second lieu, la requérante conteste la décision de la chambre de recours en ce qu'il y aurait été considéré qu'aucun des mots «Royal County of Berkshire Polo Club», composant l'élément verbal du signe en cause, n'était mis en évidence par rapport à l'élément figuratif dudit signe, à savoir le médaillon représentant un cavalier jouant au polo. Une telle conclusion ferait abstraction du fait que les mots auraient la même importance que l'élément figuratif. À cet égard, les mots seraient, en l'espèce, visibles et clairement accrocheurs de par leur taille, leur disposition typographique et leur police de majuscules blanches. En considérant l'élément figuratif comme l'élément dominant et marquant du signe, la chambre de recours se serait donc livrée à une appréciation erronée.

25 En troisième lieu, la requérante critique la référence faite dans la décision attaquée au caractère arbitraire de la marque demandée. Selon la requérante, cette référence ne tient pas compte du fait qu'il s'agit d'une marque d'origine, c'est-à-dire indiquant que les produits proviennent du Royal County of Berkshire Polo Club.

26 En quatrième lieu, la requérante soutient que, si la décision attaquée n'est pas annulée, un monopole injuste et injustifié sera créé au profit de l'intervenante sur l'élément figuratif constitué par le cavalier jouant au polo. Selon la requérante, cela serait injuste et inadmissible, en particulier lorsque l'on prend en considération le nombre d'enregistrements de marques pour les produits appartenant à la classe 3 qui ont été obtenus par d'autres clubs de polo. À cet égard, la requérante fait référence à l'enregistrement des marques britannique n° 1 558 682 et communautaire n° 980 995.

27 En cinquième lieu, la chambre de recours aurait commis une erreur de droit en ce qu'elle aurait appliqué en réalité un test dans lequel le degré présumé de similitude des marques en cause aurait été substitué au critère qui aurait dû être appliqué en cas de risque de confusion, à savoir la prise en compte de tous les facteurs du cas d'espèce.

28 L'OHMI fait observer, en premier lieu, que la chambre de recours, tout en considérant la marque demandée dans son ensemble, a déclaré à bon droit que la représentation du joueur de polo constituait un élément dominant du point de vue visuel. Selon l'OHMI, la chambre de recours a estimé que, en dépit de l'existence de certaines différences entre les signes, celles-ci ne suffisaient pas à contrebalancer les similitudes, en particulier si l'on tient compte du principe du souvenir imparfait du consommateur. L'OHMI conclut en indiquant que l'argument de la requérante selon lequel la chambre n'aurait pas considéré la marque demandée dans son ensemble est manifestement non fondé. Selon l'OHMI, la chambre de recours n'a pas donné une importance exagérée au logo du cavalier en l'isolant et n'a, par conséquent, pas poussé trop loin son analyse des signes en conflit.

29 En second lieu, selon l'OHMI, la chambre de recours a correctement relevé le caractère arbitraire de la représentation d'un cavalier jouant au polo pour les produits concernés, qui relèvent de la classe 3. À cet égard, le raisonnement de la requérante à propos de la marque d'origine aurait pu être accueilli favorablement si la marque demandée avait uniquement été sollicitée pour des services compris dans la classe 41, à savoir des activités sportives ou les activités d'un club de polo.

30 En troisième lieu, selon l'OHMI, la décision attaquée n'accorde pas à l'intervenante un monopole injuste et injustifié de la représentation du joueur de polo. De l'avis de l'OHMI, la chambre de recours était tout à fait fondée à soutenir que la représentation d'un cavalier jouant au polo comportait intrinsèquement un

caractère hautement distinctif à l'égard des produits compris dans la classe 3 couverts par l'enregistrement britannique antérieur, car il s'agit d'une image à fort contenu imaginatif. Il ne fait aucun doute, selon l'OHMI, qu'une telle représentation est arbitraire pour les produits en cause et mérite d'être protégée contre des demandes ultérieures contenant des représentations similaires au point de les confondre. Dans le cas d'espèce, fait-il valoir, le caractère distinctif acquis de la marque antérieure constitue un facteur supplémentaire justifiant qu'elle soit protégée contre une marque ultérieure comportant, comme élément dominant, une représentation similaire d'un joueur de polo. S'agissant de la mention par la requérante d'enregistrements obtenus par d'autres clubs de polo pour des produits compris dans la classe 3, l'OHMI précise que, dans le cas de la marque britannique n° 1 558 682, l'enregistrement a été autorisé après approbation par le titulaire de la marque britannique n° 657 864, à savoir l'intervenante dans la présente procédure. S'agissant de la marque communautaire n° 980 995, l'OHMI fait valoir que la chambre de recours a relevé dans sa décision qu'elle représentait deux joueurs de polo.

31 En quatrième lieu, selon l'OHMI, la chambre de recours n'a pas commis d'erreur de droit en ce sens qu'elle aurait remplacé le test mesurant le risque de confusion par un test reposant sur le degré présumé de similitude entre les signes. L'OHMI fait valoir, à cet égard, que l'existence d'un risque de confusion a été correctement établie par la chambre de recours, puisqu'elle a tenu compte dans son analyse de tous les facteurs pertinents du cas d'espèce, à savoir l'identité partielle ou la similitude des produits, les similitudes visuelles et conceptuelles entre les signes, le caractère distinctif fort de la représentation du joueur de polo figurant sur les marques antérieures de l'intervenante, à la fois intrinsèque et acquis par l'usage, et, enfin, l'existence d'une famille de marques liées au concept du polo pour des produits compris dans la classe 3.

32 L'intervenante souligne, en premier lieu, que l'impression visuelle conférée par l'image du cavalier est beaucoup plus frappante et susceptible d'être mémorisée que l'élément verbal de la marque. En effet, d'une part, l'élément verbal serait accessoire du fait que cet élément est constitué de six mots écrits en caractères relativement petits, qui seraient particulièrement difficiles à lire du fait qu'ils forment un

médaillon. Par ailleurs, aucun de ces mots ne prédominerait. D'autre part, compte tenu du fait que le consommateur moyen n'a que rarement l'occasion de procéder à un examen attentif d'une marque et qu'il ne garde donc en mémoire qu'une image ou un souvenir imparfait de celle-ci, il serait fort peu vraisemblable que l'image imparfaite de la marque que le consommateur garde ainsi en mémoire lui permette de se souvenir de l'élément verbal de cette marque. À cet égard, l'intervenante fait encore observer que l'approche de la requérante, qui consiste à considérer les mots formant l'élément verbal de la marque demandée comme caractéristique dominante de cette marque du fait qu'ils sont visibles, fait abstraction, d'une part, de l'impression d'ensemble produite par la marque et, d'autre part, du fait que le consommateur moyen ne procède pas à un examen détaillé de la marque et ne garde normalement en mémoire qu'une image imparfaite de celle-ci.

33 En deuxième lieu, en ce qui concerne le caractère arbitraire du lien entre la marque demandée et les produits, l'intervenante fait observer, d'une part, que cette marque n'a aucun lien avec les produits relevant de la classe 3 et ne présente aucune signification qui puisse s'y rattacher et, d'autre part, que la demande de marque communautaire ne porte pas sur des produits ou services liés à la pratique du polo, mais sur des produits totalement sans rapport avec ce sport.

34 En troisième lieu, l'argument de la requérante selon lequel, si elle n'était pas annulée, la décision de la chambre de recours reviendrait à accorder à l'intervenante un monopole injuste et injustifié de la représentation du joueur de polo constitue, selon l'intervenante, une reconnaissance implicite par la requérante de ce que son logo de cavalier est semblable à l'une quelconque des marques antérieures de l'intervenante et du fait qu'il existe dans l'esprit du public un risque de confusion. Selon l'intervenante, il est par conséquent tout à fait justifié de refuser l'enregistrement de la marque postérieure. L'intervenante avance encore, à cet égard, l'argument selon lequel c'est à juste titre que la chambre de recours a retenu que la requérante n'avait pas établi la preuve de l'usage, pour les produits relevant de la classe 3, d'autres marques contenant un élément représentant un joueur de polo. D'une part, en ce qui concerne l'enregistrement de la marque britannique n° 1 558 682, l'intervenante fait observer que l'enregistrement est intervenu à la suite de son consentement. D'autre part, en ce qui concerne la marque

communautaire n° 980 995, l'intervenante renvoie à la décision de la chambre de recours, cette dernière ayant relevé que ce signe représentait deux joueurs de polo.

35 L'intervenante fait observer, en quatrième lieu, que, dans son appréciation de l'existence d'un risque de confusion, la chambre de recours a tenu compte avec justesse du fait que, d'une part, la marque de l'intervenante avait acquis un caractère encore plus distinctif par l'usage et, d'autre part, que l'intervenante avait développé, en relation avec les produits relevant de la classe 3, une famille de marques liées conceptuellement au jeu de polo.

36 La conclusion selon laquelle les produits visés par la demande de marque communautaire sont identiques ou semblables aux produits couverts par les marques antérieures de l'intervenante est, selon celle-ci, un élément supplémentaire corroborant l'existence d'un risque de confusion. L'intervenante rappelle à cet égard la jurisprudence de la Cour selon laquelle un faible degré de similitude entre les produits ou services couverts peut être compensé par un degré élevé de similitude entre les marques, et inversement (arrêt de la Cour du 22 juin 1999, Lloyd Schuhfabrik Meyer, C-342/97, Rec. p. I-3819).

Appréciation du Tribunal

37 Il y a tout d'abord lieu de rappeler que, aux termes de l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 40/94, sur opposition du titulaire d'une marque antérieure, la marque demandée est refusée à l'enregistrement lorsque, en raison de son identité ou 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. En vertu de l'article 8, paragraphe 2, sous a), ii), du règlement n° 40/94, il convient d'entendre par marques antérieures les marques enregistrées dans un État membre dont la date de dépôt est antérieure à celle de la demande de marque communautaire.

38 Ainsi qu'il ressort d'une jurisprudence constante, l'appréciation globale du risque de confusion doit, en ce qui concerne la similitude visuelle, phonétique ou conceptuelle des signes en conflit, être fondée sur l'impression d'ensemble produite par ceux-ci, en tenant compte, notamment, de leurs éléments distinctifs et dominants (voir, par analogie, arrêts de la Cour du 11 novembre 1997, SABEL, C-251/95, Rec. p. I-6191, point 23, et Lloyd Schuhfabrik Meyer, précité, point 25).

39 Il y a également lieu de rappeler qu'une marque complexe ne peut être considérée comme étant semblable à une autre marque, identique ou semblable à un des composants de la marque complexe que si celui-ci constitue l'élément dominant dans l'impression d'ensemble produite par la marque complexe. Tel est le cas lorsque ce composant est susceptible de dominer à lui seul l'image de cette marque que le public pertinent garde en mémoire, de telle sorte que tous les autres composants de la marque sont négligeables dans l'impression d'ensemble produite par celle-ci [arrêt du Tribunal du 23 octobre 2002, Matratzen Concord/OHMI — Hukla Germany (MATRATZEN), T-6/01, Rec. p. II-4335, point 33].

40 C'est à la lumière de ces considérations qu'il convient d'examiner l'appréciation par la chambre de recours du risque de confusion entre les marques en conflit.

41 Il importe, premièrement, de souligner, d'une part, que, en retenant l'élément figuratif comme élément dominant de la marque demandée, la chambre de recours n'a pas pour autant ignoré, dans la comparaison des deux signes d'un point de vue visuel, l'élément verbal de ladite marque. En effet, procédant à cette comparaison, la chambre de recours a expressément tenu compte de la façon dont les mots étaient écrits. L'allégation de la requérante selon laquelle la chambre de recours n'a pas considéré la marque demandée dans son ensemble est donc manifestement non fondée. D'autre part, c'est à juste titre que la chambre de recours a retenu l'élément figuratif comme élément dominant de la marque demandée. En effet, c'est bien le joueur de polo, c'est-à-dire l'élément figuratif, qui donne à cette marque son caractère distinctif et qui sera le plus facilement retenu par les consommateurs. En

revanche, l'élément verbal de la marque demandée, constitué de six mots écrits en caractères relativement petits et, en raison de leur position en forme de médaillon, d'une lecture particulièrement difficile, est négligeable dans l'impression d'ensemble produite par cette marque. D'ailleurs, la présence de l'élément verbal sous forme de médaillon ne fait que mettre plus encore en évidence l'élément figuratif de cette marque, de sorte que le caractère dominant de ce dernier s'en trouve renforcé.

42 Deuxièmement, il y a lieu d'examiner l'argument de la requérante selon lequel la référence faite, dans la décision attaquée, au caractère arbitraire de la marque ne tiendrait pas compte de ce que cette marque comporte une indication d'origine, en ce qu'elle indique que les produits proviennent du Royal County of Berkshire Polo Club. À cet égard, il y a lieu d'observer que la chambre de recours avait relevé, au point 31 de la décision attaquée, que l'élément figuratif de la marque demandée, retenu comme élément dominant de cette marque, était arbitraire par rapport aux produits pour lesquels ladite marque était demandée. Cette observation est tout à fait exacte, puisqu'il est incontestable que le concept du sport de polo se dégageant de la marque demandée n'a aucun lien avec les produits compris dans la classe 3 pour lesquels l'enregistrement de la marque communautaire a été demandé. Il s'ensuit que la question de savoir si la décision attaquée a tenu compte du fait qu'il s'agissait d'une marque d'origine n'est pas pertinente pour la solution du présent litige.

43 Troisièmement, le Tribunal estime que l'argument selon lequel, si elle n'était pas annulée, la décision de la chambre de recours reviendrait à accorder à l'intervenante un monopole injuste et injustifié de la représentation du joueur de polo et lui permettrait de faire obstacle à toute demande ultérieure comportant un logo similaire ne doit pas être accueilli. Il convient d'observer, à cet égard, que la chambre de recours était pleinement fondée à soutenir que la représentation d'un joueur de polo comportait intrinsèquement un caractère hautement distinctif par rapport aux produits compris dans la classe 3 pour lesquels l'enregistrement de la marque est demandé et qui sont actuellement couverts par l'enregistrement britannique antérieur, car, par rapport à ces produits, la représentation d'un joueur de polo est une image à fort contenu imaginatif. Une telle représentation doit être considérée comme arbitraire pour les produits en cause et mérite d'être protégée contre des

demandes ultérieures contenant des représentations similaires au point de les confondre. En effet, l'intérêt du régime juridique de la marque communautaire réside précisément dans le fait qu'il permet aux détenteurs d'une marque antérieure de s'opposer à l'enregistrement de marques ultérieures tirant indûment profit du caractère distinctif ou de la renommée de la marque antérieure. Ainsi, loin d'accorder un monopole injuste et injustifié aux détenteurs d'une marque antérieure, ledit régime permet à ces détenteurs de protéger et de valoriser les investissements substantiels entrepris pour promouvoir leur marque antérieure.

44 Enfin, l'argument de la requérante selon lequel la chambre de recours aurait remplacé l'examen du risque de confusion entre les marques en cause par un test dans lequel le degré de similitude entre ces marques avait été présumé doit également être rejeté comme non fondé. En effet, l'existence d'un risque de confusion entre les marques en cause a été correctement établie par la chambre de recours, puisque celle-ci a tenu compte, dans son analyse, de tous les facteurs pertinents du cas d'espèce, à savoir l'identité partielle ou la similitude des produits, les similitudes visuelles et conceptuelles entre les signes, le caractère distinctif fort de la représentation du joueur de polo dans la marque appartenant à l'intervenante, à la fois intrinsèque et acquis par l'usage, et l'existence d'une famille de marques appartenant à l'intervenante liées au concept du polo pour des produits compris dans la classe 3.

45 Il s'ensuit que, la requérante n'ayant pas démontré que la chambre de recours avait violé l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 40/94, le présent moyen doit être rejeté.

Sur la demande de l'intervenante, fondée sur l'article 134, paragraphe 3, du règlement de procédure du Tribunal

Arguments de l'intervenante

46 Dans son mémoire en réponse, l'intervenante demande tout d'abord que la décision de la chambre de recours soit réformée en ce qu'elle a rejeté l'opposition en ce qui concerne les produits suivants visés dans la demande d'enregistrement de la marque communautaire: «préparations pour blanchir et autres substances pour lessiver; préparations pour polir, dégraisser et abraser». L'intervenante estime, en effet, que ces produits peuvent être assimilés à des savons, qui sont couverts par sa marque enregistrée au Royaume-Uni sous le n° 657 864. La similitude de ces produits avec les savons découlerait du fait qu'ils peuvent tous deux être utilisés pour nettoyer la maison, peuvent avoir les mêmes modes de commercialisation, se trouver dans les mêmes rayons (quand ils sont vendus dans la grande distribution), être utilisés les uns avec les autres et que les entreprises qui fabriquent ce type de produits proposent une gamme complète de produits de nettoyage. Par conséquent, compte tenu de la similitude entre les savons et les produits sus-énoncés, ainsi que du risque de confusion qui existe entre les deux marques, la chambre de recours aurait dû rejeter la demande d'enregistrement pour tous les produits visés, y compris «les préparations pour blanchir et autres substances pour lessiver; préparations pour polir, dégraisser et abraser».

47 L'intervenante critique également la décision attaquée pour ne pas avoir accueilli l'opposition sur le fondement des autres marques détenues par elle. Elle critique plus particulièrement le point 44 de la décision attaquée en ce que celui-ci indique que les différences entre la marque demandée et ses autres marques antérieures, énumérées au point 5 ci-dessus, étaient plus nombreuses que les similitudes visuelles et phonétiques. À cet égard, l'intervenante souligne les constatations de la chambre de recours selon lesquelles, d'une part, quatre de ces autres marques

antérieures ne représentent pas un cavalier jouant au polo et, d'autre part, dans les quatre autres marques antérieures restantes, c'est-à-dire celles qui représentent un joueur de polo, l'élément dominant était le vocable «polo».

48 L'intervenante soutient que la marque demandée et les autres marques antérieures sont similaires et qu'il existe un risque de confusion dans l'esprit du public concerné. D'une part, la marque demandée évoquerait le concept de polo en tant que sport, et c'est donc ce concept qui se trouverait à l'origine de la marque. Or, ce concept correspondrait exactement à celui qui est évoqué par les autres marques, de sorte que les autres marques antérieures et la marque demandée seraient conceptuellement très similaires. D'autre part, compte tenu du fait que les marques antérieures possèdent toutes un caractère distinctif particulier, tant intrinsèquement que par leur usage, ainsi que du fait que, au regard de l'appréciation du risque de confusion, le consommateur moyen est réputé ne garder en mémoire qu'une image imparfaite de la marque, il serait probable que les consommateurs confondent la marque demandée avec une autre marque faisant partie de la famille des marques de l'intervenante.

49 L'intervenante en conclut que la chambre de recours n'a pas suffisamment examiné la question de la similitude conceptuelle entre la marque demandée et les autres marques antérieures et a omis de statuer sur la question du risque de confusion.

Appréciation du Tribunal

50 En demandant au Tribunal, d'une part, de réformer la décision de la chambre de recours dans la mesure où celle-ci a rejeté l'opposition concernant les préparations pour blanchir et autres substances pour lessiver ainsi que les préparations pour polir, dégraisser et abraser, et, d'autre part, de faire droit à l'opposition pour tous les

produits visés dans la demande de marque communautaire, sur le fondement tant de la marque antérieure enregistrée au Royaume-Uni sous le nº 657 864 que sur celui des autres marques antérieures, l'intervenante fait usage de la possibilité qui lui est accordée par l'article 134, paragraphe 3, du règlement de procédure de formuler, dans son mémoire en réponse, des conclusions visant à la réformation de la décision de la chambre de recours sur un point non soulevé dans la requête.

51 Dans un tel cas, les autres parties peuvent, conformément à l'article 135, paragraphe 3, du règlement de procédure, dans un délai de deux mois à compter de la notification qui leur est faite du mémoire en réponse, présenter un mémoire dont l'objet se limite à répondre aux conclusions présentées pour la première fois dans le mémoire en réponse de l'intervenante. Ni l'OHMI ni la requérante n'ont fait usage de cette possibilité. En revanche, à l'audience, tant la requérante que l'OHMI ont pris position sur la demande de l'intervenante. Dans ce cadre, la requérante a invité le Tribunal à rejeter cette demande comme étant non fondée. L'OHMI s'est seulement exprimé sur la partie de la demande concernant le rejet par la chambre de recours de l'opposition à l'encontre des préparations pour blanchir et autres substances pour lessiver ainsi que des préparations pour polir, dégraisser et abraser. Il a relevé qu'il partageait à cet égard l'approche de l'intervenante.

52 Il convient de noter tout d'abord que, s'il est vrai que la plupart des produits couverts par la marque figurative antérieure enregistrée au Royaume-Uni sous le nº 657 864 sont uniquement utilisés en tant que produits de beauté ou d'hygiène personnelle, il n'en va pas de même pour les savons, qui ont une double fonction. En effet, même si les savons sont utilisés pour laver le corps et lui donner une odeur ou un aspect agréable, il n'en demeure pas moins, ce que la chambre de recours a omis de relever au point 22 de la décision attaquée, qu'ils sont également utilisés comme produits d'entretien de la maison. À ce titre, ils sont comparables aux préparations pour blanchir et autres substances pour lessiver, ainsi qu'aux préparations pour nettoyer, polir, dégraisser et abraser. Il s'ensuit qu'il existe une similitude entre, d'une part, les savons couverts par la marque figurative antérieure enregistrée au Royaume-Uni sous le nº 657 864 et, d'autre part, les préparations pour blanchir et

autres substances pour lessiver ainsi que les préparations pour polir, dégraisser et abraser, pour lesquelles l'enregistrement est demandé par la requérante. Compte tenu de cette similitude, le risque de confusion constaté par la chambre de recours s'étend également aux préparations pour blanchir et autres substances pour lessiver ainsi qu'aux préparations pour polir, dégraisser et abraser, de sorte qu'il y a lieu d'annuler partiellement la décision de la chambre de recours en ce que celle-ci n'a pas rejeté la demande d'enregistrement de la marque communautaire pour ces produits. Conformément à l'article 63 du règlement nº 40/94, il appartient à l'OHMI de prendre les mesures que comporte cette annulation partielle.

53 En ce qui concerne la demande de l'intervenante de faire droit à l'opposition sur le fondement de ses marques antérieures autres que celle enregistrée au Royaume-Uni sous le nº 657 864, il convient d'observer qu'une telle demande pourrait tout au plus aboutir au même résultat que celui découlant du point précédent, c'est-à-dire au rejet intégral de la demande de marque communautaire pour les produits relevant de la classe 3. La demande de l'intervenante reposant sur ce second fondement étant ainsi devenue sans objet, il y a lieu de la rejeter.

Sur les dépens

54 Aux termes de l'article 87, paragraphe 2, du règlement de procédure, toute partie qui succombe est condamnée aux dépens, s'il est conclu en ce sens. En l'espèce, la requérante a succombé et l'OHMI a conclu à ce que celle-ci soit condamnée aux dépens. À l'audience, l'intervenante a également conclu à ce que la requérante soit condamnée aux dépens. Le fait qu'elle n'a conclu en ce sens que lors de l'audience ne s'oppose pas à ce que sa demande soit accueillie (arrêt de la Cour du 29 mars 1979, NTN Toyo Bearing e.a./Conseil, 113/77, Rec. p. 1185, et conclusions de l'avocat général M. Warner, Rec. p. 1212, 1274). Il y a donc lieu de condamner la requérante à l'ensemble des dépens.

Par ces motifs,

LE TRIBUNAL (cinquième chambre)

déclare et arrête:

1) **La décision attaquée est annulée en ce qu'elle permet l'enregistrement au bénéfice du Royal County of Berkshire Polo Club Ltd de la demande de marque pour les produits suivants relevant de la classe 3: préparations pour blanchir et autres substances pour lessiver et préparations pour polir, dégraisser et abraser.**

2) **Le recours est rejeté pour le surplus.**

3) **La requérante est condamnée à supporter ses propres dépens ainsi que ceux exposés par l'Office de l'harmonisation dans le marché intérieur (marques, dessins et modèles) et par l'intervenante.**

Vilaras Martins Ribeiro Jürimäe

Ainsi prononcé en audience publique à Luxembourg, le 21 février 2006.

Le greffier

E. Coulon

Le président

M. Vilaras