

ARRÊT DU TRIBUNAL (quatrième chambre)

14 juillet 2005<sup>\*</sup>

Dans l'affaire T-126/03,

**Reckitt Benckiser (España), SL**, établie à Barcelone (Espagne), représentée par M<sup>e</sup> M. Esteve Sanz, avocat,

partie requérante,

contre

**Office de l'harmonisation dans le marché intérieur (marques, dessins et modèles) (OHMI)**, représenté par MM. A. von Mühlendahl, I. de Medrano Caballero et A. Folliard-Monguiral, en qualité d'agents,

partie défenderesse,

\* Langue de procédure: l'anglais.

l'autre partie à la procédure devant la chambre de recours de l'OHMI ayant été

**Aladin Gesellschaft für innovative mikrobiologische Systeme GmbH**, établie à Luckenwalde (Allemagne),

ayant pour objet un recours formé contre la décision de la première chambre de recours de l'OHMI du 31 janvier 2003 (affaire R 389/2002-1), relative à une procédure d'opposition entre Reckitt Benckiser (España), SL, et Aladin Gesellschaft für innovative mikrobiologische Systeme GmbH,

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

composé de M. H. Legal, président, M<sup>me</sup> V. Tiili et M. V. Vadapalas, juges,

greffier: M. J. Palacio González, administrateur principal,

vu la requête déposée au greffe du Tribunal le 14 avril 2003,

vu le mémoire en réponse déposé au greffe du Tribunal le 7 août 2003,

à la suite de l'audience du 30 septembre 2004,

rend le présent

## Arrêt

### Antécédents du litige

- 1 Le 20 mars 1997, Lipolyt Gesellschaft für innovative mikrobiologische Systeme mbH, dont le nom a été modifié ultérieurement en Aladin Gesellschaft für innovative mikrobiologische Systeme GmbH (ci-après l'«autre partie devant l'OHMI»), a présenté, en vertu du règlement (CE) n° 40/94 du Conseil, du 20 décembre 1993, sur la marque communautaire (JO 1994, L 11, p. 1), tel que modifié, une demande de marque communautaire à l'Office de l'harmonisation dans le marché intérieur (marques, dessins et modèles) (OHMI).
- 2 La marque dont l'enregistrement a été demandé est le signe verbal ALADIN.
- 3 Les produits et les services pour lesquels l'enregistrement de la marque a été demandé relèvent des classes 1, 3, 35, 37 et 42 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, et correspondaient initialement à la description suivante:
  - classe 1: «Préparations bactériennes autres qu'à usage médical ou vétérinaire; bases (produits chimiques); mordants (compris dans la classe 1); acides (compris dans la classe 1); catalyseurs biochimiques; produits chimiques

destinés à l'industrie et aux sciences; compositions chimiques résistant aux acides; chlore; chlorures; détergents (compris dans la classe 1); adoucissants (détartrants) compris dans la classe 1; enzymes à usage industriel; préparations enzymatiques à usage industriel; ferments à usage chimique; produits pour la dissociation des graisses; sel ammoniac; ammoniac à usage industriel»;

- classe 3: «Préparations pour nettoyer, polir, dégraisser et abraser; décapants; préparations pour déboucher les tuyaux d'écoulement; produits pour enlever les teintures; produits dégraissants (compris dans la classe 3); produits pour enlever les vernis; détachants; huiles de nettoyage; produits abrasifs (compris dans la classe 3); térébenthine (produit de dégraissage); les produits précités à l'exception des agents adjuvants textiles et pour l'industrie de finition des métaux»;
  
- classe 35: «Services d'un franchiseur, à savoir médiation de savoir-faire en organisation et économique dans le domaine sanitaire et du nettoyage de canalisations»;
  
- classe 37: «Construction; services d'installation; nettoyage de canalisations et d'égouts; location de machines à nettoyer; désinfection; travaux de vernissage; dératissage; travaux de protection contre la corrosion; sablage; destruction des animaux nuisibles autres que dans l'agriculture»;
  
- classe 42: «Conseils techniques et expertise; développement et conception de procédés et d'appareils et instruments d'entretien, de maintenance et de nettoyage de canalisations; développement et constructions d'appareils et de senseurs pour les techniques de télécommande et de transmission d'images; création de programmes informatiques, à l'exception des programmes pour ordinateurs de plongée».

- 4 Le 8 juin 1998, cette demande a été publiée au *Bulletin des marques communautaires* n° 42/98.
- 5 Le 8 septembre 1998, Reckitt & Colman SA a formé une opposition au titre de l'article 42 du règlement n° 40/94 à l'encontre de la demande de marque communautaire pour tous les produits de la classe 3, les motifs invoqués étant ceux visés par l'article 8, paragraphe 1, sous a) et b), dudit règlement. L'opposition était fondée sur l'existence de la marque nationale antérieure ALADDIN (ci-après la «marque antérieure»), enregistrée en Espagne sous le n° 20 512, le 29 juillet 1912, et renouvelée le 16 mai 1993, laquelle désigne des produits relevant de la classe 3 au sens de l'arrangement de Nice et correspondant à la description suivante: «Produits pour polir les métaux».
- 6 La marque antérieure a, par la suite, été cédée à la requérante.
- 7 Sur requête de l'autre partie devant l'OHMI du 30 avril 1999, la requérante a été invitée par l'OHMI à rapporter la preuve de l'usage de la marque antérieure en vertu de l'article 43, paragraphes 2 et 3, du règlement n° 40/94 et de la règle 22, paragraphe 1, du règlement (CE) n° 2868/95 de la Commission, du 13 décembre 1995, portant modalités d'application du règlement n° 40/94 (JO L 303, p. 1).
- 8 Le 26 juillet 1999, la requérante a communiqué à l'OHMI, à titre de preuve de l'usage de la marque antérieure, des copies de factures adressées à plusieurs clients en Espagne et des prospectus illustrant la gamme de produits commercialisés par celle-ci.

- 9 Le 28 février 2000, l'autre partie devant l'OHMI a limité la liste des produits de la classe 3 pour lesquels elle demandait l'enregistrement de la marque comme suit:

«Préparations de nettoyage des tuyaux de chute pour l'industrie de transformation des métaux, à l'exclusion des agents auxiliaires pour les textiles et des agents auxiliaires».

- 10 Le 27 mars 2000, la division d'opposition lui ayant notifié la limitation susvisée, la requérante a confirmé le maintien de son opposition contre tous les produits de la classe 3.

- 11 Par décision du 27 février 2002, la division d'opposition a rejeté l'opposition sur la base de l'article 8, paragraphe 1, sous a) et b), des articles 42 et 43 du règlement n° 40/94 et de la règle 22, paragraphe 1, du règlement n° 2868/95. En premier lieu, s'agissant de la preuve de l'usage de la marque antérieure, la division d'opposition a, en substance, estimé que ladite preuve, telle que présentée par la requérante, démontrait l'usage de la marque antérieure pour un produit bien plus spécifique que les produits pour polir les métaux, catégorie pour laquelle la marque antérieure avait été enregistrée. La division d'opposition a ainsi retenu que, conformément à l'article 43, paragraphe 2, du règlement n° 40/94, l'examen de l'opposition devait être effectué uniquement sur la base du produit spécifique en cause, à savoir un produit pour polir les métaux consistant en du coton imprégné d'un agent polissant (coton magique). En second lieu, la division d'opposition a considéré que, bien que les signes aient été très similaires, il n'existait pas de risque de confusion dans l'esprit du public étant donné que les produits étaient très différents quant à leur nature, leur destination, leur mode d'utilisation, leurs consommateurs finaux et leurs canaux de distribution.

- 12 Le 25 avril 2002, la requérante a formé un recours auprès de l'OHMI contre la décision de la division d'opposition.

- 13 Par décision du 31 janvier 2003 (ci-après la «décision attaquée»), notifiée à la requérante le 4 février 2003, la première chambre de recours a rejeté le recours. En substance, la chambre de recours a considéré, d'une part, que seule la preuve de l'usage de la marque antérieure pour le produit spécifique en cause avait été établie et, d'autre part, que, malgré la quasi-identité des marques et leur caractère distinctif inhérent, il n'existait pas, au sens de l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 40/94, de risque de confusion en Espagne eu égard à la forte dissemblance entre les produits, compte tenu, notamment, de la probable connaissance qu'a le consommateur des produits de l'autre partie devant l'OHMI, ainsi que de la nature et de la destination différentes des produits en cause.

### **Procédure et conclusions des parties**

- 14 Les parties ont été entendues en leurs plaidoiries et en leurs réponses aux questions du Tribunal lors de l'audience du 30 septembre 2004, l'autre partie devant l'OHMI n'ayant pas déposé de mémoire en réponse.
- 15 À cette occasion, le Tribunal a pris acte de ce que les chefs de conclusions de la requête devaient être interprétés comme tendant seulement à l'annulation de la décision attaquée et à la condamnation de l'OHMI aux dépens.
- 16 La requérante conclut à ce qu'il plaise au Tribunal:

— annuler la décision attaquée;

- condamner l’OHMI aux dépens encourus tant à l’occasion de la présente procédure qu’à celle de la procédure d’opposition et de recours devant l’OHMI.

17 L’OHMI conclut à ce qu’il plaise au Tribunal:

- rejeter le recours;
  
- condamner la requérante aux dépens.

18 Lors de l’audience, l’OHMI a été invité à informer le Tribunal de l’état de la procédure de faillite dont l’autre partie devant l’OHMI faisait l’objet ainsi que de l’incidence de cette situation sur la demande d’enregistrement de marque communautaire introduite par celle-ci. L’OHMI a déféré à cette demande par lettre déposée au greffe du Tribunal le 25 novembre 2004. La procédure orale a été close par décision du 15 décembre 2004.

## **En droit**

19 La requérante invoque deux moyens tirés, respectivement, de la violation de l’article 43, paragraphes 2 et 3, du règlement n° 40/94 et de l’article 8, paragraphe 1, sous b), de ce même règlement.



*Sur le premier moyen, tiré de la violation de l'article 43, paragraphes 2 et 3, du règlement n° 40/94*

## Arguments des parties

- 20 La requérante considère que la chambre de recours a estimé de manière erronée que la marque antérieure ne protégeait que le produit spécifique pour lequel elle a établi l'usage sérieux de ladite marque en Espagne, à savoir un produit pour polir les métaux consistant en du coton imprégné d'un agent polissant pour métaux (coton magique).
- 21 Selon elle, la preuve de l'usage sérieux de la marque pour ce produit spécifique impliquerait la preuve de l'usage de la marque pour les «produits pour polir les métaux» en général. Or, le produit spécifique appartiendrait à cette catégorie de produits. Il conviendrait dès lors de considérer, dans le cadre de la procédure d'opposition, la marque antérieure comme étant enregistrée pour les «produits pour polir les métaux» et non uniquement pour les «produits pour polir les métaux consistant en du coton imprégné d'un agent polissant (coton magique)».
- 22 Dans cette perspective, la requérante interprète l'article 43, paragraphe 2, du règlement n° 40/94 comme étant destiné à s'appliquer dans les cas où l'opposant n'est pas en mesure de rapporter la preuve de l'usage de la marque pour des produits appartenant à différentes catégories de produits enregistrées dans une ou plusieurs classes. Il serait alors justifié de réputer la marque enregistrée pour les seules catégories de produits dont l'opposant a pu rapporter la preuve de l'usage.
- 23 Les facteurs relatifs au produit présenté comme preuve de l'usage sérieux de la marque pour une catégorie de produits, tels que la destination, le conditionnement, le mode d'utilisation ou les canaux de distribution, seraient totalement dépourvus de

pertinence aux fins de l'application de l'article 43, paragraphe 2, du règlement n° 40/94. Ces facteurs, conformément à la jurisprudence du Tribunal, seraient en revanche pertinents pour évaluer un éventuel risque de confusion entre la marque antérieure et la marque demandée pour des produits appartenant à une même classe.

24 En retenant, aux fins de l'application de l'article 43, paragraphe 2, du règlement n° 40/94, que le produit bénéficiant de la marque antérieure est appliqué manuellement à la structure extérieure d'objets métalliques à l'aide d'un morceau de coton imprégné et qu'il est destiné à un usage domestique alors que le produit faisant l'objet de la marque demandée est une préparation de nettoyage qui est versée à l'intérieur de conduits bloqués ou infectés et qui s'adresse exclusivement à un public professionnel, la décision attaquée aurait donc violé l'article susvisé.

25 La requérante en conclut que, en retenant que, aux fins de l'opposition, la marque antérieure devait être considérée comme enregistrée uniquement pour un «coton imprégné d'une substance pour polir les métaux et destiné à un usage ménager», la décision attaquée a violé l'article 43, paragraphe 2, du règlement n° 40/94.

26 L'OHMI considère que la chambre de recours n'a pas violé l'article 43, paragraphes 2 et 3, du règlement n° 40/94. Il invoque deux arguments à l'appui de cette affirmation. D'une part, il conviendrait, lors de la définition de l'étendue de la marque antérieure, de prendre en considération les conditions concrètes de commercialisation des produits et des services dont l'usage a été prouvé afin d'apprécier le risque de confusion de la marque antérieure avec la marque demandée sur un marché spécifique. D'autre part, l'article 43, paragraphes 2 et 3, du règlement n° 40/94 serait applicable indépendamment du fait que la liste des produits et services de la marque antérieure comprend ou non un seul article.

- 27 S'agissant du premier de ces arguments, l'OHMI rappelle que le droit communautaire des marques impose au titulaire d'une marque de faire un usage sérieux de la marque enregistrée afin que soit protégée uniquement la position réellement occupée par celui-ci sur le marché. Conformément au huitième considérant de la première directive 89/104/CEE du Conseil, du 21 décembre 1988, rapprochant les législations des États membres sur les marques (JO 1989, L 40, p. 1), et au neuvième considérant du règlement n° 40/94, cette exigence aurait pour but de réduire les conflits entre les marques et de limiter le nombre de marques maintenues au registre sans avoir été effectivement utilisées [arrêt du Tribunal du 12 mars 2003, Goulbourn/OHMI — Redcats (Silk Cocoon), T-174/01, Rec. p. II-789, point 38].
- 28 Ce serait ainsi afin d'éviter des «conflits artificiels» que l'article 43, paragraphe 2, du règlement n° 40/94 dispose que la protection de la marque antérieure ne se justifie que dans la mesure où la marque a réellement été utilisée. Cet objectif aurait été confirmé par la Cour et par le Tribunal, lesquels s'assureraient que l'étendue de la protection reconnue à une marque ne dépasse pas les limites nécessaires à la protection des intérêts légitimes de son titulaire.
- 29 Selon l'OHMI, dans le cas de marques enregistrées pour différents secteurs commerciaux dans lesquels elles sont utilisées, la protection exclusive de la marque antérieure ne doit pas empêcher l'enregistrement de la marque la plus récente, à l'exception du cas où la marque antérieure est notoirement connue. Cela se refléterait dans l'approche in concreto adoptée par la Cour et le Tribunal quant à l'appréciation du risque de confusion, laquelle exigerait que soient pris en considération, lors de l'examen de la similitude des produits ou des services et des signes en cause, le degré de reconnaissance de la marque antérieure sur le marché (arrêts de la Cour du 29 septembre 1998, Canon, C-39/97, Rec. p. I-5507, point 24, et du 22 juin 1999, Lloyd Schuhfabrik Meyer, C-342/97, Rec. p. I-3819, point 23), le niveau d'attention du consommateur moyen (arrêt Lloyd Schuhfabrik Meyer, précité, point 26), la nature des produits et des services en cause, leurs consommateurs finaux et leur mode d'utilisation ainsi que leur caractère concurrent ou complémentaire (arrêt Canon, précité, point 23).

- 30 La requérante reconnaîtrait d'ailleurs elle-même que les conditions concrètes de commercialisation des produits doivent être prises en considération lors de l'appréciation du risque de confusion. Elle se contredirait donc en contestant que tel soit le cas lors de l'application des dispositions de l'article 43, paragraphe 2, du règlement n° 40/94.
- 31 En effet, lorsqu'une opposition est fondée sur l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 40/94, l'article 43, paragraphes 2 et 3, du même règlement aurait pour objet de déterminer s'il existe un risque de confusion in concreto entre la marque antérieure, telle qu'elle est réputée enregistrée, et la marque dont l'enregistrement est demandé, et ce dans l'unique but d'apprécier si l'opposition est fondée.
- 32 Dès lors, dans la mesure où la jurisprudence de la Cour et du Tribunal invite à apprécier la probabilité d'un conflit entre deux signes distinctifs sur le marché plutôt que dans le registre, il y aurait lieu de prendre en considération toutes les circonstances entourant la commercialisation des produits ou des services qui peuvent être déduites de la preuve de l'usage de la marque, laquelle définirait un champ de protection de la marque plus objectif et plus discernable.
- 33 En conséquence, l'OHMI considère que la chambre de recours n'a pas violé l'article 43, paragraphes 2 et 3, du règlement n° 40/94 en retenant que la marque antérieure était réputée enregistrée uniquement pour un produit pour polir les métaux consistant en du coton imprégné d'un agent polissant (coton magique) dont la principale caractéristique tient au fait qu'il est essentiellement destiné à un usage domestique. À l'opposé, retenir, comme le fait la requérante, que la preuve de l'usage de la marque pour le produit spécifique en cause démontre l'usage sérieux de cette dernière pour toute la catégorie faisant l'objet de l'enregistrement, à savoir les «produits pour polir les métaux», nuirait à l'appréciation du risque de confusion. En effet, cette interprétation aurait pour résultat de fausser la définition du marché pertinent et de limiter de façon disproportionnée l'accès d'autres opérateurs à des marchés distincts. Or, selon l'OHMI, c'est précisément ce type de conflit artificiel que l'article 43, paragraphes 2 et 3, du règlement n° 40/94 ainsi que la jurisprudence de la Cour et du Tribunal auraient pour objectif d'éviter.

- 34 En second lieu, l'OHMI soutient que l'article 43, paragraphes 2 et 3, du règlement n° 40/94 est applicable indépendamment du fait que la liste des produits ou des services visés par la marque antérieure comprenne ou non un seul article. L'argument de la requérante selon lequel cette disposition ne s'applique que dans l'hypothèse où la liste des produits et services de la marque antérieure comporte plus d'un article et que, ainsi, la preuve en l'espèce de l'usage de la marque antérieure pour le produit spécifique en cause équivaut à la preuve de l'usage de ladite marque pour la catégorie de produits auquel il appartient et pour laquelle la marque a été enregistrée serait dénué de toute pertinence.
- 35 D'une part, l'OHMI fait en effet valoir que le règlement n° 40/94 ne comporte aucun élément de nature à soutenir l'interprétation que fait la requérante de la dernière phrase de l'article 43, paragraphe 2, dudit règlement. D'autre part, une telle interprétation aurait pour conséquence que toute partie opposante pourrait aisément se soustraire à l'exigence relative à l'usage sérieux de la marque en formulant la description de la catégorie de produits enregistrée en des termes généraux, élargissant ainsi artificiellement l'étendue de la protection de la marque à des produits qui ne sont pas commercialisés.
- 36 En outre, il résulterait de la pratique décisionnelle des chambres de recours de l'OHMI que l'usage d'une sous-catégorie de produits ou de services n'équivaut pas, par principe, à l'usage d'une catégorie plus générale, indépendamment du fait que la marque antérieure ne couvre qu'une seule catégorie de produits ou de services.
- 37 Enfin, l'OHMI fait observer que, si une catégorie peut constituer un ensemble de produits homogènes quant à leur nature, ces produits peuvent cependant être hétérogènes quant à leur destination, leurs consommateurs finaux et leurs canaux de distribution, comme ce serait le cas en l'espèce. Ainsi, l'article 43, paragraphes 2 et 3, du règlement n° 40/94 exigerait que soient définies, au cas par cas, pour chaque catégorie de produits ou de services, des sous-catégories reflétant le contenu de la preuve de l'usage, dès lors que la désignation originale de la marque antérieure est susceptible de couvrir des produits ou des services suffisamment différents quant à leur destination, leurs consommateurs finaux et leurs canaux de distribution.

38 En l'espèce, l'OHMI estime que l'usage de la marque antérieure démontre que les «produits pour polir les métaux» ne constituent pas un ensemble homogène dans la mesure où cette catégorie couvre une large diversité de produits ayant des destinations différentes (aussi bien pour l'entretien des couverts que pour les surfaces de constructions métalliques), des consommateurs finaux différents (consommateur moyen de produits d'usage courant ou ouvrier métallurgiste) et des points de vente différents (quincailleries, supermarchés ou absence de point de vente dans l'hypothèse où la vente du produit est liée à la prestation d'un service pour le traitement des métaux). La définition de la sous-catégorie opérée par la chambre de recours, à savoir les «produits pour polir les métaux consistant en du coton imprégné d'un agent polissant (coton magique)», s'avérerait donc particulièrement appropriée.

#### Appréciation du Tribunal

39 Aux termes de l'article 43, paragraphes 2 et 3, du règlement n° 40/94:

«2. Sur requête du demandeur, le titulaire d'une marque communautaire antérieure qui a formé opposition apporte la preuve que, au cours des cinq années qui précèdent la publication de la demande de marque communautaire, la marque communautaire antérieure a fait l'objet d'un usage sérieux dans la Communauté pour les produits ou les services pour lesquels elle est enregistrée et sur lesquels l'opposition est fondée, ou qu'il existe de justes motifs pour le non-usage, pour autant qu'à cette date la marque antérieure était enregistrée depuis cinq ans au moins. À défaut d'une telle preuve, l'opposition est rejetée. Si la marque communautaire antérieure n'a été utilisée que pour une partie des produits ou des services pour lesquels elle est enregistrée, elle n'est réputée enregistrée, aux fins de l'opposition, que pour cette partie des produits ou services.

3. Le paragraphe 2 s'applique aux marques nationales antérieures visées à l'article 8, paragraphe 2, [sous] a), étant entendu que l'usage dans la Communauté est remplacé par l'usage dans l'État membre où la marque nationale antérieure est protégée.»

40 La règle 22 du règlement n° 2868/95 dispose:

«2. Les indications et les preuves à produire afin de prouver l’usage de la marque comprennent des indications sur le lieu, la durée, l’importance et la nature de l’usage qui a été fait de la marque antérieure pour les produits et services pour lesquels elle est enregistrée et sur lesquels l’opposition est fondée [...]»

41 En l’espèce, il est constant que la marque antérieure a été enregistrée pour des «produits pour polir les métaux» appartenant à la classe 3, au sens de l’arrangement de Nice. Il n’est pas non plus contesté que, sur demande de l’autre partie devant l’OHMI, la requérante a rapporté la preuve de l’usage sérieux de la marque antérieure sur la base de documents faisant état de son utilisation effective pour la commercialisation d’un produit pour polir les métaux consistant en du coton imprégné d’un agent polissant (coton magique).

42 Or, il y a lieu de rappeler que l’exigence d’un usage sérieux de la marque antérieure a pour objet de limiter le risque de conflits entre deux marques en ne protégeant que les marques qui ont fait l’objet d’une utilisation effective, pour autant qu’il n’existe pas de juste motif économique à leur non-usage. Cette interprétation est corroborée par le neuvième considérant du règlement n° 40/94 qui se réfère expressément à cet objectif (voir, en ce sens, arrêt *Silk Cocoon*, point 27 supra, point 38). En revanche, l’article 43, paragraphes 2 et 3, du règlement n° 40/94 ne vise ni à évaluer la réussite commerciale ni à contrôler la stratégie économique d’une entreprise ou encore à réserver la protection des marques à leurs seules exploitations commerciales quantitativement importantes [arrêts du Tribunal du 8 juillet 2004, *MFE Marienfelde/OHMI — Vétoquinol (HIPOVITON)*, T-334/01, Rec. p. II-2787, point 38, et *Sunrider/OHMI — Espadafor Caba (VITAFRUIT)*, T-203/02, Rec. p. II-2811, point 38].

- 43 Dès lors, l'objectif poursuivi par ladite exigence consiste moins à délimiter avec précision l'étendue de la protection de la marque antérieure au regard des produits ou services concrets faisant usage de cette dernière à un moment donné qu'à s'assurer de manière plus générale que la marque antérieure a effectivement été utilisée pour les produits ou services pour lesquels elle a été enregistrée.
- 44 Dans cette perspective, il y a lieu d'interpréter l'article 43, paragraphe 2, dernière phrase, du règlement n° 40/94, ainsi que l'article 43, paragraphe 3, de ce même règlement, lequel fait application des dispositions de l'article 43, paragraphe 2, au cas des marques nationales antérieures, comme visant à éviter qu'une marque utilisée de manière partielle jouisse d'une protection étendue au seul motif qu'elle a été enregistrée pour une large gamme de produits ou services. Ainsi, lors de l'application de ces dispositions, il convient de tenir compte de l'étendue des catégories de produits ou de services pour lesquelles la marque antérieure a été enregistrée, notamment de la généralité des termes employés à cette fin pour décrire lesdites catégories, et ce au regard des produits ou des services dont l'usage sérieux a, par hypothèse, effectivement été établi.
- 45 Il résulte des dispositions précitées que, si une marque a été enregistrée pour une catégorie de produits ou de services suffisamment large pour que puissent être distinguées, en son sein, plusieurs sous-catégories susceptibles d'être envisagées de manière autonome, la preuve de l'usage sérieux de la marque pour une partie de ces produits ou services n'emporte protection, dans une procédure d'opposition, que pour la ou les sous-catégories dont relèvent les produits ou services pour lesquels la marque a été effectivement utilisée. En revanche, si une marque a été enregistrée pour des produits ou services définis de façon tellement précise et circonscrite qu'il n'est pas possible d'opérer des divisions significatives à l'intérieur de la catégorie concernée, alors, la preuve de l'usage sérieux de la marque pour lesdits produits ou services couvre nécessairement toute cette catégorie aux fins de l'opposition.
- 46 En effet, si la notion d'usage partiel a pour fonction de ne pas rendre indisponibles des marques dont il n'a pas été fait usage pour une catégorie de produits donnée, elle ne doit néanmoins pas avoir pour effet de priver le titulaire de la marque antérieure



de toute protection pour des produits qui, sans être rigoureusement identiques à ceux pour lesquels il a pu prouver un usage sérieux, ne sont pas essentiellement différents de ceux-ci et relèvent d'un même groupe qui ne peut être divisé autrement que de façon arbitraire. Il convient à cet égard d'observer qu'il est en pratique impossible au titulaire d'une marque d'apporter la preuve de l'usage de celle-ci pour toutes les variantes imaginables des produits concernés par l'enregistrement. Par conséquent, la notion de «partie des produits ou services» ne peut s'entendre de toutes les déclinaisons commerciales de produits ou de services analogues, mais seulement de produits ou de services suffisamment différenciés pour pouvoir constituer des catégories ou sous-catégories cohérentes.

- 47 À cet égard, il y a lieu de souligner que la marque antérieure a été enregistrée pour les seuls «produits pour polir les métaux». Cette description restreint, au regard tant de la fonction des produits visés, à savoir le polissage, que de leur destination, à savoir les métaux, la catégorie de produits couvrant, au sens de l'arrangement de Nice, les «préparations pour nettoyer, polir, dégraisser et abraser». De surcroît, il convient de noter que cette dernière catégorie relève elle-même plus largement de la classe 3 au sens dudit arrangement, laquelle comprend, outre les préparations pour nettoyer, polir, dégraisser et abraser, les produits suivants: «préparations pour blanchir et autres substances pour lessiver; savons; parfumerie, huiles essentielles, cosmétiques, lotions pour les cheveux; dentifrices».
- 48 Dans ces circonstances, il y a lieu de considérer que la marque antérieure a été enregistrée pour un ensemble de produits constituant une sous-catégorie particulièrement précise et circonscrite de la catégorie de produits à laquelle il appartient en application de l'arrangement de Nice.
- 49 Il s'ensuit que, en rapportant la preuve non contestée de l'usage sérieux de la marque pour un «produit pour polir les métaux consistant en du coton imprégné d'un agent polissant (coton magique)», lequel constitue à l'évidence un «produit pour polir les métaux», au sens de la sous-catégorie de produits visée par la marque

antérieure, la requérante a correctement établi l'usage sérieux de la marque pour l'ensemble de cette sous-catégorie, sans qu'il y ait lieu de faire une distinction, à cet égard, en fonction du public concerné.

- 50 Par conséquent, en réputant, aux fins de l'examen de l'opposition, la marque antérieure enregistrée pour le seul «produit pour polir les métaux consistant en du coton imprégné d'un agent polissant (coton magique)», la chambre de recours a fait une application erronée de l'article 43, paragraphes 2 et 3, du règlement n° 40/94.
- 51 En effet, les dispositions de l'article 43 du règlement n° 40/94 permettant de réputer la marque antérieure enregistrée pour la seule partie des produits et services pour laquelle la preuve de l'usage sérieux de la marque a été établie, d'une part, constituent une limitation apportée aux droits que tire le titulaire de la marque antérieure de son enregistrement, de sorte qu'elles ne sauraient être interprétées de manière aussi extensive que le fait l'OHMI, et d'autre part, doivent être conciliées avec l'intérêt légitime dudit titulaire à pouvoir, à l'avenir, étendre sa gamme de produits ou de services, dans la limite des termes visant les produits ou services pour lesquels la marque a été enregistrée, en bénéficiant de la protection que l'enregistrement de ladite marque lui confère. Tel est d'autant plus le cas lorsque, comme en l'espèce, les produits et services pour lesquels la marque a été enregistrée constituent une catégorie suffisamment circonscrite, ainsi qu'il a été exposé précédemment.
- 52 Aucun des arguments de l'OHMI ne saurait remettre en cause cette conclusion.
- 53 En premier lieu, s'il est exact que l'article 43, paragraphe 2, dernière phrase, du règlement n° 40/94 vise à éviter des conflits artificiels entre la marque antérieure et la marque dont l'enregistrement est demandé, il y a également lieu d'observer que la poursuite de cet objectif légitime ne saurait mener à une limitation injustifiée de l'étendue de la protection de la marque antérieure dans l'hypothèse où les produits ou services visés par l'enregistrement représentent, comme en l'espèce, une catégorie suffisamment restreinte.

54 En deuxième lieu, s'agissant de l'affirmation de l'OHMI selon laquelle, dans le cadre de l'appréciation de la similitude des produits et des services au titre de l'article 8, paragraphe 1, sous b), de ce même règlement, la Cour et le Tribunal procèdent à une comparaison concrète des produits ou des services en cause, à supposer même qu'elle soit exacte, il y a lieu de relever qu'elle ne saurait revêtir une quelconque pertinence dans le cadre de l'application de l'article 43, paragraphes 2 et 3, du règlement n° 40/94, laquelle est préalable à toute appréciation du risque de confusion entre les marques en cause et vise uniquement à déterminer si et, le cas échéant, dans quelle mesure la marque a fait l'objet d'un usage sérieux en relation avec les produits ou services pour lesquels elle a été enregistrée.

55 En troisième lieu, s'agissant de l'argument de l'OHMI selon lequel il résulterait de la pratique décisionnelle des chambres de recours que l'usage d'une sous-catégorie n'équivaut pas, par principe, à l'usage d'une catégorie plus générale, il suffit de rappeler, à supposer même qu'une telle pratique soit établie, que les décisions des chambres de recours concernant la preuve de l'usage de la marque antérieure reposent sur l'application du règlement n° 40/94. Dès lors, la légalité des décisions des chambres de recours doit être appréciée uniquement sur la base de ce règlement, tel qu'interprété par le juge communautaire, et non sur la base d'une pratique décisionnelle antérieure de celles-ci [arrêt du Tribunal du 9 octobre 2002, Glaverbel/OHMI (Surface d'une plaque de verre), T-36/01, Rec. p. II-3887, point 35, confirmé sur pourvoi par ordonnance de la Cour du 28 juin 2004, Glaverbel/OHMI, C-445/02 P, Rec. p. I-6267].

56 En outre, il importe de noter que l'argument de l'OHMI est dépourvu de pertinence en l'espèce, compte tenu de ce que la requérante ne prétend pas que la preuve de l'usage sérieux de la sous-catégorie pour laquelle la marque antérieure a été enregistrée démontre la preuve de l'usage sérieux pour l'ensemble de la catégorie à laquelle cette sous-catégorie appartient selon l'arrangement de Nice, mais simplement que le produit pour lequel l'usage sérieux de la marque a été établi démontre l'usage sérieux de celle-ci pour l'ensemble de la sous-catégorie pour laquelle elle a été enregistrée.

- 57 En quatrième lieu, l'allégation selon laquelle l'interprétation retenue par la requérante aurait pour conséquence de permettre à toute partie opposante de se soustraire à l'exigence relative à l'usage sérieux de la marque en formulant la catégorie de produits ou de services enregistrée en des termes généraux, s'il n'est pas exclu qu'elle puisse s'avérer fondée dans certains cas, est sans pertinence en l'espèce, compte tenu de ce que la catégorie en cause a fait l'objet d'une description détaillée.
- 58 Enfin, en dernier lieu, l'OHMI fait observer que, si une catégorie de produits peut constituer un ensemble de produits homogènes quant à leur nature, ces produits peuvent cependant être hétérogènes quant à leur destination, leurs consommateurs finaux et leurs canaux de distribution, comme ce serait le cas en l'espèce. Ainsi, l'article 43, paragraphes 2 et 3, du règlement n° 40/94 exigerait que soient définies, au cas par cas, pour chaque catégorie de produits ou de services, des sous-catégories reflétant le contenu de la preuve de l'usage dès lors que la désignation originale de la marque antérieure est susceptible de couvrir des produits ou des services suffisamment différents quant à leur destination, leurs consommateurs finaux et leurs canaux de distribution.
- 59 Or, ainsi qu'il a été exposé au point 45 ci-dessus, s'il est vrai que cette interprétation n'est par dépourvue de pertinence dans l'hypothèse où la catégorie de produits ou de services en cause est suffisamment large pour que puissent être distinguées, en son sein, plusieurs sous-catégories susceptibles d'être envisagées de manière autonome, force est de constater que, en l'espèce, la sous-catégorie de produits pour laquelle la marque antérieure a été enregistrée est suffisamment précise et circonscrite, de sorte qu'elle ne saurait être considérée comme couvrant des produits à ce point différents qu'il y aurait lieu, conformément à la thèse de l'OHMI, de définir en son sein de nouvelles subdivisions.
- 60 Il résulte de tout ce qui précède que la décision de la chambre de recours, en retenant que la preuve de l'usage de la marque antérieure avait été rapportée pour le seul «produit pour polir les métaux consistant en du coton imprégné d'un agent polissant (coton magique)», et qu'ainsi ladite marque devait être réputée enregistrée, aux fins de l'opposition, pour ce seul produit et non pour la sous-catégorie entière

pour laquelle cette marque a été enregistrée, à savoir les «produits pour polir les métaux», a violé l'article 43, paragraphes 2 et 3, du règlement n° 40/94. La décision attaquée étant, par conséquent, fondée sur une prémisse erronée, cette violation est, à elle seule, de nature à emporter l'annulation de ladite décision.

- 61 Toutefois, compte tenu de ce que, dans la décision attaquée, la chambre de recours s'est prononcée sur l'existence d'un risque de confusion entre les marques en conflit, le Tribunal estime qu'il y a lieu d'examiner également le second moyen de la requérante, tiré de la violation de l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 40/94.

*Sur le second moyen, tiré de la violation de l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 40/94*

#### Arguments des parties

- 62 La requérante fait valoir qu'il résulte de la comparaison des produits de la classe 3 couverts par la marque antérieure et par la marque demandée, à savoir, respectivement, les «produits pour polir les métaux» et les «préparations de nettoyage des tuyaux de chute pour l'industrie de transformation des métaux, à l'exclusion des agents auxiliaires pour les textiles et des agents auxiliaires», que les produits visés par les marques en cause sont similaires au regard de leur destination, de leur complémentarité ainsi que de leurs consommateurs finaux.
- 63 En effet, la marque antérieure couvrirait des produits destinés à polir toutes sortes de métaux, y compris les conduites d'évacuation et les tuyaux de chute, et pourrait être utilisée pour des produits destinés à tout type de public, y compris des professionnels de l'industrie de transformation des métaux.

- 64 Par ailleurs, la requérante fait observer qu'il résulte de la jurisprudence qu'un faible degré de similitude entre les produits ou services désignés peut être compensé par un degré élevé de similitude des marques et inversement. En outre, les marques qui possèdent un caractère distinctif particulier, soit intrinsèquement soit du fait de leur notoriété, bénéficieraient d'une protection plus étendue que les marques ayant un caractère distinctif plus faible, et le risque de confusion serait d'autant plus élevé que le caractère distinctif de la marque antérieure est important.
- 65 Par conséquent, l'enregistrement d'une marque serait susceptible d'être refusé malgré un moindre degré de similitude entre les produits ou services couverts dès lors que la marque antérieure possède un fort caractère distinctif.
- 66 Or, en l'espèce, il ressortirait de la décision attaquée non seulement que les deux marques en conflit présentent un degré élevé de similitude, mais également que la marque antérieure possède un caractère distinctif fort. Il s'agirait en effet d'un terme imaginaire qui ne décrirait aucunement le type de produits couverts et qui aurait fait l'objet d'un usage étendu en Espagne depuis 1912.
- 67 Compte tenu, enfin, de la nature suffisamment proche des produits couverts par les marques en conflit, la requérante conclut qu'il existe un 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, y compris dans l'hypothèse où seul le produit spécifique en cause devrait être pris en considération dans l'appréciation du risque de confusion.
- 68 L'OHMI considère que cette argumentation n'est pas fondée.

- 69 L'OHMI soutient que c'est à bon droit que la chambre de recours a, dans la décision attaquée, considéré que les produits pour lesquels la marque antérieure était réputée enregistrée, à savoir un produit pour polir les métaux consistant en du coton imprégné d'un agent d'entretien, étaient différents des produits désignés par la marque dont l'enregistrement est demandé, à savoir des préparations de nettoyage des tuyaux de chute pour l'industrie de transformation des métaux, à l'exclusion des agents auxiliaires pour les textiles et des agents auxiliaires.
- 70 L'OHMI admet que, si le «nettoyage» et le «polissage» peuvent dans certains cas être étroitement associés, notamment pour des produits destinés au ménage, tel ne serait nullement le cas en l'espèce compte tenu de ce qu'il n'existerait aucune relation entre la finalité du nettoyage de tuyaux de chute et l'entretien de métaux destinés à un usage domestique.
- 71 Les produits en cause ayant des finalités différentes, ils ne répondraient pas aux mêmes besoins et ne seraient ni concurrents ni interchangeables.
- 72 En outre, l'OHMI conteste l'affirmation de la requérante selon laquelle les produits sont complémentaires, au motif que celle-ci se fonde sur la supposition erronée selon laquelle les préparations de nettoyage en cause sont destinées à des tuyaux métalliques.
- 73 Il serait également inexact de considérer que les produits en cause sont susceptibles d'avoir des utilisateurs finaux communs. Le produit spécifique en cause ne pourrait en effet être utilisé que pour de petits ustensiles à usage domestique et serait à l'évidence inapproprié pour des objets métalliques plus importants. La finalité domestique du produit de la requérante aurait d'ailleurs été reconnue par cette dernière dans sa lettre du 23 juillet 1999, laquelle indiquerait que le produit ALADDIN était encore utilisé par les jeunes générations. Or, il conviendrait de distinguer ce public, à savoir les consommateurs moyens de produits courants, de

celui très spécialisé des professionnels de l'industrie métallurgique. Cette considération serait corroborée par une publicité de la requérante présentant sa «ligne de produits d'entretien ménagers» et dans laquelle le produit spécifique en cause se trouverait aux côtés d'autres produits ménagers.

74 Enfin, l'OHMI estime que, eu égard au public visé par le produit spécifique en cause, il est très improbable que ledit produit emprunte les canaux de distribution des produits désignés par la demande de marque communautaire en cause, lesquels seraient commercialisés par des distributeurs et des grossistes en plomberie hautement spécialisés.

75 L'OHMI en conclut que les produits comparés sont différents, et ce que l'on considère ou non que la marque antérieure est réputée enregistrée pour le seul produit spécifique en cause.

76 Or, selon la jurisprudence de la Cour relative à l'article 4, paragraphe 1, sous b), de la directive 89/104, et applicable en substance à l'interprétation de l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 40/94, le risque de confusion présupposerait une identité ou une similitude entre les produits ou services désignés (arrêt Canon, point 29 supra, point 22). Pour les raisons exposées précédemment, cette condition préalable ne serait pas remplie, de sorte qu'un risque de confusion entre les marques en conflit ne saurait exister, indépendamment de la question de savoir si la marque antérieure possède un caractère distinctif intrinsèque fort. La chambre de recours aurait donc correctement conclu à l'absence de risque de confusion.

#### Appréciation du Tribunal

77 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), il convient d'entendre par marques antérieures, notamment, les marques enregistrées dans un État membre.

- 78 Selon une jurisprudence constante, constitue un risque de confusion le risque que le public puisse croire que les produits ou les services en cause proviennent de la même entreprise ou, le cas échéant, d'entreprises liées économiquement.
- 79 Selon cette même jurisprudence, le risque de confusion doit être apprécié globalement, selon la perception que le public pertinent a des signes et des produits ou services en cause, en tenant compte de tous les facteurs pertinents en l'espèce, notamment de l'interdépendance entre la similitude des signes et celle des produits ou services désignés [voir arrêt du Tribunal du 9 juillet 2003, *Laboratorios RTB/OHMI — Giorgio Beverly Hills (GIORGIO BEVERLY HILLS)*, T-162/01, Rec. p. II-2821, points 31 à 33, et la jurisprudence citée].
- 80 En l'espèce, conformément à ce qui a été exposé dans le cadre du premier moyen, et contrairement aux affirmations de l'OHMI, la marque antérieure doit être réputée enregistrée, aux fins de l'opposition, pour l'ensemble des produits pour lesquels elle a été enregistrée. Il s'ensuit que les produits à prendre en considération dans l'appréciation du risque de confusion entre les marques en conflit sont, d'une part, les produits que la marque antérieure désigne, à savoir les «produits pour polir les métaux» et, d'autre part, les produits relevant de la classe 3 que la demande de marque désigne, à savoir les «préparations de nettoyage des tuyaux de chute pour l'industrie de transformation des métaux, à l'exclusion des agents auxiliaires pour les textiles et des agents auxiliaires».

- 81 Or, si les «produits pour polir les métaux» peuvent constituer aussi bien des produits de consommation courante que des produits destinés à un public professionnel ou spécialisé, il n'est pas contesté que les produits visés par la demande d'enregistrement doivent être considérés comme s'adressant uniquement aux professionnels de l'industrie de transformation des métaux. Il en découle que le seul public susceptible de commettre une confusion entre les marques en cause est constitué par lesdits professionnels. En outre, il y a lieu de rappeler que la marque antérieure est enregistrée en Espagne. Il s'ensuit que le public pertinent par rapport auquel l'analyse du risque de confusion doit s'effectuer est composé des professionnels de l'industrie de transformation des métaux établis en Espagne.

— Sur la comparaison des produits en cause

- 82 Selon une jurisprudence constante, pour apprécier la similitude entre les produits ou services en cause, il y a lieu de tenir compte de tous les facteurs pertinents qui caractérisent le rapport entre eux. Ces facteurs incluent, en particulier, leur nature, leur destination, leur utilisation ainsi que leur caractère concurrent ou complémentaire [arrêt Canon, point 29 supra, point 23, et arrêt du Tribunal du 23 octobre 2002, Oberhauser/OHMI — Petit Liberto (Fifties), T-104/01, Rec. p. II-4359, point 31].
- 83 S'agissant de la nature des produits en cause, il y a lieu de relever que ceux-ci relèvent de la même catégorie et contiennent, de manière semblable, des agents chimiques appliqués aux surfaces métalliques. En outre, il y a lieu d'admettre que les activités de polissage et de nettoyage, si elles ne sont certes pas identiques, sont à tout le moins similaires dans la mesure où elles relèvent toutes deux de l'activité plus générale d'entretien. Les produits en cause doivent donc être considérés comme ayant également une fonction similaire.

84 Toutefois, d'une part, il y a également lieu d'observer, de manière générale, que la description des produits de la classe 3 visés par la demande de marque communautaire, à savoir des «préparations de nettoyage des tuyaux de chute pour l'industrie de transformation des métaux, à l'exclusion des agents auxiliaires pour les textiles et des agents auxiliaires», recouvre une sous-catégorie plus restreinte et spécifique que celle désignant les «produits pour polir les métaux» visés par la marque antérieure.

85 D'autre part, ainsi que le souligne l'OHMI, il ne saurait être nié que les produits ont des finalités et des modes d'utilisation distincts. Alors que les produits visés par la marque antérieure sont en principe destinés à faire briller, par frottement, les objets métalliques, et ont ainsi une finalité partiellement esthétique, les produits visés par la demande d'enregistrement sont essentiellement destinés à nettoyer et à déboucher, par versement puis dissolution des dépôts métalliques, les tuyaux d'évacuation des déchets de l'industrie de transformation des métaux, ce qui témoigne d'une finalité utilitaire.

86 Au vu de ce qui précède, il y a donc lieu, à ce stade, de relever que les produits en cause sont partiellement similaires.

— Sur la comparaison des signes en cause

87 Il suffit à cet égard de constater qu'il est constant que les signes en conflit présentent un degré élevé de similitude, la chambre de recours ayant, quant à elle, admis qu'il existait une grande similitude visuelle entre les signes et que, du point de vue phonétique et conceptuel, ceux-ci étaient identiques. En outre, il convient de souligner que, compte tenu de ce que les signes en cause sont tous deux purement verbaux, il n'existe aucun élément, hormis leur différence orthographique négligeable, de nature à les différencier.

## — Sur le risque de confusion entre les marques en cause

88 La requérante prétend que le risque de confusion entre les marques en cause est accentué par le fait que la marque nationale antérieure ALADDIN possède un caractère distinctif fort provenant de ce qu'elle vise un terme imaginaire ne décrivant aucunement le type de produits couverts et ayant fait l'objet d'un usage étendu en Espagne depuis 1912. Selon elle, le caractère distinctif fort de la marque antérieure aurait d'ailleurs été admis par la chambre de recours dans la décision attaquée.

89 Or, pour déterminer le caractère distinctif d'une marque et, partant, évaluer si elle a un caractère distinctif élevé, il y a lieu d'apprécier globalement l'aptitude plus ou moins grande de la marque à identifier les produits ou services pour lesquels elle a été enregistrée comme provenant d'une entreprise déterminée et donc à distinguer ces produits ou services de ceux d'autres entreprises (voir, en ce sens, arrêt de la Cour du 4 mai 1999, Windsurfing Chiemsee, C-108/97 et C-109/97, Rec. p. I-2779, point 49).

90 Lors de cette appréciation, il convient de prendre en considération les qualités intrinsèques de la marque, y compris le fait qu'elle est ou non dénuée de tout élément descriptif des produits ou services pour lesquels elle a été enregistrée, et la notoriété qui lui est attachée, notamment la part de marché détenue par la marque, l'intensité, l'étendue géographique et la durée de l'usage de cette marque, l'importance des investissements réalisés par l'entreprise pour la promouvoir; la proportion des milieux intéressés qui identifie les produits ou les services comme provenant d'une entreprise déterminée grâce à la marque ainsi que les déclarations de chambres de commerce et d'industrie ou d'autres associations professionnelles [arrêts Canon, point 29 supra, point 18; Windsurfing Chiemsee, point 89 supra, point 51, et Lloyd Schuhfabrik Meyer, point 29 supra, point 23; arrêt du Tribunal du 15 janvier 2003, Mystery Drinks/OHMI — Karlsberg Brauerei (MYSTERY), T-99/01, Rec. p. II-43, point 34].

- 91 À cet égard, le Tribunal constate, en premier lieu, que la requérante se contente d'affirmer que la marque antérieure a fait l'objet d'un usage étendu en Espagne depuis 1912, sans fournir aucune preuve des différents éléments cités ci-dessus tendant à démontrer la notoriété de ladite marque. Il s'ensuit que celle-ci ne peut être considérée comme possédant un caractère distinctif fort sur ce fondement.
- 92 S'agissant, en second lieu, des qualités intrinsèques de la marque antérieure, il y a lieu de relever, d'une part, que, comme le fait observer la requérante, le signe verbal ALADDIN est dénué d'élément de caractère descriptif des produits pour lesquels il a été enregistré et, d'autre part, que ce signe possède un fort pouvoir évocateur de nature à constituer une qualité intrinsèque de la marque. En effet, Aladin est notoirement connu comme le héros d'un conte des *Mille et une nuits* ayant découvert une lampe à huile en métal qui, lorsqu'elle est frottée, fait apparaître un génie capable d'exaucer les vœux de son détenteur. Le terme Aladdin évoque donc à la fois l'une des utilisations possibles des produits visés par la marque antérieure et leur prétendu caractère miraculeux. Par conséquent, il y a lieu de considérer que la marque antérieure jouit d'une grande aptitude à identifier les produits pour lesquels elle a été enregistrée, à savoir des «produits pour polir les métaux», comme provenant d'une entreprise déterminée et donc à distinguer ces produits de ceux d'autres entreprises. Dans la décision attaquée, la chambre de recours a d'ailleurs admis l'argument de la requérante selon lequel la marque antérieure possède un caractère distinctif fort, ce que l'OHMI ne conteste pas non plus dans le cadre du présent recours.
- 93 Or, il y a lieu de rappeler que, selon la jurisprudence, comme le risque de confusion est d'autant plus élevé que le caractère distinctif de la marque antérieure s'avère important (arrêt de la Cour du 11 novembre 1997, SABEL, C-251/95, Rec. p. I-6191, point 24), les marques qui ont un caractère distinctif élevé, soit intrinsèquement, soit en raison de la connaissance de celles-ci sur le marché, jouissent d'une protection plus étendue que celles dont le caractère distinctif est moindre (arrêt Canon, point 29 supra, point 18).
- 94 En outre, l'appréciation globale du risque de confusion implique une certaine interdépendance entre les facteurs pris en compte et, notamment, entre la similitude

des marques et celle des produits ou des services désignés. Ainsi, un faible degré de similitude entre les produits ou les services désignés peut être compensé par un degré élevé de similitude entre les marques, et inversement. L'interdépendance entre ces facteurs trouve son expression au septième considérant du règlement n° 40/94, selon lequel il y a lieu d'interpréter la notion de similitude en relation avec le risque de confusion dont l'appréciation, quant à elle, dépend notamment de la connaissance de la marque sur le marché et du degré de similitude entre la marque et le signe et entre les produits ou les services désignés (arrêts Canon, point 29 supra, point 17; Lloyd Schuhfabrik Meyer, point 29 supra, point 19, et Fifties, point 82 supra, point 27).

95 Dès lors, aux fins de l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 40/94, il peut exister un risque de confusion, malgré un moindre degré de similitude entre les produits ou services désignés, lorsque la similitude des marques est grande et que le caractère distinctif de la marque antérieure est fort (voir, en ce sens, arrêt Canon, point 29 supra, point 19).

96 En l'espèce, il y a certes lieu d'admettre que les produits en cause sont partiellement similaires et que le public pertinent, composé de professionnels spécialisés dans le domaine des produits visés par la demande de marque communautaire, est susceptible de manifester un degré élevé d'attention lors du choix de ces produits [voir, en ce sens, arrêts du Tribunal du 9 avril 2003, Durferrit/OHMI — Kolene (NU-TRIDE), T-224/01, Rec. p. II-1589, points 37, 40 et 52, et du 30 juin 2004, M+M/OHMI — Mediametrie (M+M EUROdata), T-317/01, Rec. p. II-1817, points 51 et 52].

97 Toutefois, il convient d'observer par ailleurs que, outre leur caractère partiellement similaire relevé ci-dessus, les produits en cause présentent, de manière générale, un rapport avec l'activité d'entretien et le métal, ce rapport étant de surcroît renforcé par le fait que les marques en cause sont conceptuellement identiques, ce qui n'est

pas contesté par l'OHMI, et peuvent elles-mêmes paraître liées aux produits qu'elles visent en ce qu'elles évoquent un personnage de conte associé à une lampe à huile métallique.

- 98 Dans ces circonstances, il ne saurait être exclu que le public pertinent perçoive les produits en cause comme appartenant à une même gamme de produits d'entretien ayant un lien avec le métal. À supposer que ledit public, certes composé de professionnels, ait conscience des différences entre les modes de fabrication de ces produits, il n'en tirera pas nécessairement la conséquence que ces différences empêchent une même entreprise de fabriquer ou de commercialiser les deux types de produits à la fois. Dès lors, le public pertinent aura l'impression que les produits en cause peuvent avoir la même origine commerciale [voir, en ce sens, arrêt du Tribunal du 4 novembre 2003, Díaz/OHMI — Granjas Castelló (CASTILLO), T-85/02, Rec. p. II-4835, point 33].
- 99 Il s'ensuit que les produits en cause peuvent apparaître, aux yeux du public pertinent, comme voisins en ce qu'ils appartiennent à une même famille de produits et ainsi être perçus comme des éléments d'une gamme générale de produits susceptibles d'avoir une origine commerciale commune.
- 100 Dès lors, le Tribunal considère que la circonstance que le public pertinent est composé de professionnels spécialisés de l'industrie du traitement des métaux ne suffit pas, compte tenu du caractère similaire des produits en cause, du degré très élevé de similitude entre les signes en conflit et du caractère distinctif fort de la marque antérieure, à exclure que ledit public puisse croire que ces produits proviennent de la même entreprise ou, le cas échéant, d'entreprises liées économiquement.

- 101 Il s'ensuit qu'il existe un risque de confusion entre les marques en conflit. Le second moyen de la requérante, tiré de la violation de l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 40/94, doit donc également être accueilli.
- 102 Il résulte de tout ce qui précède qu'il y a lieu d'accueillir le recours et d'annuler la décision attaquée.

### Sur les dépens

- 103 Aux termes de l'article 87, paragraphe 2, du règlement de procédure du Tribunal, toute partie qui succombe est condamnée aux dépens, s'il est conclu en ce sens. L'OHMI ayant succombé, il y a lieu de le condamner aux dépens, conformément aux conclusions de la requérante.
- 104 S'agissant toutefois de la question des dépens récupérables, il y a lieu de rappeler que, aux termes de l'article 136, paragraphe 2, du règlement de procédure, «[l]es frais indispensables exposés par les parties aux fins de la procédure devant la chambre de recours ainsi que les frais exposés aux fins de la production, prévue par l'article 131, paragraphe 4, deuxième alinéa, des traductions des mémoires ou écrits dans la langue de procédure sont considérés comme dépens récupérables». Or, les frais encourus aux fins de la procédure d'opposition ne constituent pas des frais exposés aux fins de la procédure devant la chambre de recours. Il s'ensuit que les conclusions de la requérante tendant au paiement, par l'OHMI, des frais encourus par elle aux fins de la procédure d'opposition doivent être rejetées.



Par ces motifs,

LE TRIBUNAL (quatrième chambre)

déclare et arrête:

- 1) La décision de la première chambre de recours de l'Office de l'harmonisation dans le marché intérieur (marques, dessins et modèles) (OHMI) du 31 janvier 2003 est annulée.**
  
- 2) L'OHMI est condamné aux dépens.**

Legal

Tiili

Vadapalas

Ainsi prononcé en audience publique à Luxembourg, le 14 juillet 2005.

Le greffier

Le président

H. Jung

H. Legal