

ARRÊT DU TRIBUNAL (quatrième chambre)

23 février 2006 *

Dans l'affaire T-194/03,

Il Ponte Finanziaria SpA, établie à Scandicci (Italie), représentée par M^{es} P. L. Roncaglia, A. Torrigiani Malaspina et M. Boletto, avocats,

partie requérante,

contre

Office de l'harmonisation dans le marché intérieur (marques, dessins et modèles) (OHMI), représenté par MM. M. Buffolo et O. Montalto, en qualité d'agents,

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'italien.

Marine Enterprise Projects — Società Unipersonale di Alberto Fiorenzi Srl,
établie à Numana (Italie), représentée par M^e D. Marchi, avocat,

partie intervenante,

ayant pour objet un recours formé contre la décision de la quatrième chambre de recours de l'OHMI du 17 mars 2003 (affaire R 1015/2001—4), relative à une procédure d'opposition entre Il Ponte Finanziaria SpA et Marine Enterprise Projects — Società Unipersonale di Alberto Fiorenzi Srl,

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

composé de MM. H. Legal, président, P. Mengozzi et M^{me} I. Wiszniewska-Białecka,
juges,
greffier: M. J. Palacio González, administrateur principal,

vu la requête déposée au greffe du Tribunal le 30 mai 2003,

vu le mémoire en réponse déposé au greffe du Tribunal le 1^{er} octobre 2003,

vu le mémoire en réponse de l'intervenante déposé au greffe du Tribunal le 29 septembre 2003,

à la suite de l'audience du 26 octobre 2005,

rend le présent

Arrêt

Cadre juridique

- ¹ L'article 15, paragraphes 1 et 2, du règlement n° 40/94 du Conseil, du 20 décembre 1993, sur la marque communautaire (JO 1994, L 11, p. 1), tel que modifié, prévoit:

«1. Si, dans un délai de cinq ans à compter de l'enregistrement, la marque communautaire n'a pas fait l'objet par le titulaire d'un usage sérieux dans la Communauté pour les produits ou les services pour lesquels elle est enregistrée, ou si un tel usage a été suspendu pendant un délai ininterrompu de cinq ans, la marque communautaire est soumise aux sanctions prévues au présent règlement, sauf juste motif pour le non-usage.

2. Sont également considérés comme usage au sens du paragraphe 1:

a) l'emploi de la marque communautaire sous une forme qui diffère par des éléments n'altérant pas le caractère distinctif de la marque dans la forme sous laquelle celle-ci a été enregistrée;

[...]»

2 L'article 43, paragraphes 2 et 3, du règlement n° 40/94, est libellé comme suit:

«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'examen 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.»

3 La règle 22, «Preuve de l'usage», paragraphes 1 à 3, 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), prévoit:

«1. Si l'opposant doit, en vertu de l'article 43, paragraphes 2 ou 3, du règlement, apporter la preuve de l'usage de la marque ou de l'existence de justes motifs pour son non-usage, l'Office l'invite à le faire dans un délai qu'il lui impartit. Si l'opposant ne fournit pas cette preuve dans le délai imparti, l'Office rejette l'opposition.

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, ces indications devant être fournies, preuves à l'appui, conformément au paragraphe 3.

3. Ces preuves se limitent, de préférence, à la production de pièces justificatives comme, par exemple, des emballages, des étiquettes, des barèmes de prix, des catalogues, des factures, des photographies, des annonces dans les journaux, ainsi qu'aux déclarations écrites visées à l'article 76, paragraphe 1, [sous] f), du règlement.»

Antécédents du litige

- 4 Le 24 septembre 1998, la société Marine Enterprise Projects – Società Unipersonale di Alberto Fiorenzi Srl (ci-après l'«intervenante») 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 n° 40/94.
- 5 La marque dont l'enregistrement a été demandé est le signe figuratif reproduit ci-après:



6 Les produits pour lesquels l'enregistrement a été demandé relèvent des classes 18 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, et correspondent à la description suivante:

— classe 18: «Cuir et imitations du cuir; produits en ces matières non compris dans d'autres classes; peaux d'animaux; malles et valises; parapluies, parasols et cannes; fouets et sellerie»;

— classe 25: «Vêtements, chaussures, chapellerie».

7 Cette demande a été publiée au *Bulletin des marques communautaires* n° 47/99, du 14 juin 1999.

8 Le 7 septembre 1999, la société Il Ponte Finanziaria SpA (ci-après la «requérante») a formé une opposition à l'encontre de l'enregistrement de la marque demandée sur le fondement de l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 40/94.

9 L'opposition était fondée sur les enregistrements nationaux antérieurs suivants:

- enregistrement italien n° 370836, avec effet à compter du 11 mai 1979, pour les produits correspondant à la désignation «vêtements», compris dans la classe 25, du signe figuratif reproduit ci-après:

Bridge

- enregistrement italien n° 704338, avec effet à compter du 15 juillet 1964, pour les produits correspondant à la désignation «articles d'habillement, y compris les bottes, les chaussures et les pantoufles», compris dans la classe 25, du signe figuratif reproduit ci-après:



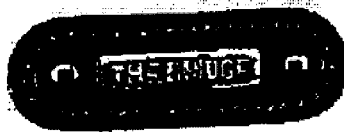
- enregistrement italien n° 606709, avec effet à compter du 22 octobre 1990, pour les produits correspondant à la désignation «chaussettes et cravates», compris dans la classe 25, du signe figuratif reproduit ci-après:



- enregistrement italien n° 593651, avec effet à compter du 12 juin 1990, pour les produits correspondant à la désignation «cuir et imitations du cuir, produits en ces matières non compris dans d'autres classes, peaux d'animaux, malles et valises, parapluies, parasols et cannes, fouets et sellerie», compris dans la classe 18, et pour les produits correspondant à la désignation «vêtements, chaussures, chapellerie», compris dans la classe 25, du signe figuratif reproduit ci-après:



- enregistrement italien n° 642952, avec effet à compter du 14 juin 1994, pour les produits correspondant à la désignation «vêtements, chaussures, chapellerie», compris dans la classe 25, du signe verbal THE BRIDGE;
- enregistrement italien n° 704372, avec effet à compter du 22 juin 1994, pour les produits correspondant à la désignation «cuir et imitations du cuir, produits en ces matières non compris dans d'autres classes, peaux d'animaux, malles et valises, parapluies, parasols et cannes, fouets et sellerie», compris dans la classe 18, et pour les produits correspondant à la désignation «vêtements, chaussures, chapellerie», compris dans la classe 25 du signe tridimensionnel reproduit ci-après:



- enregistrement italien n° 633349, avec effet à compter du 22 juin 1994, pour les produits correspondant à la désignation «cuir et imitations du cuir, produits en ces matières non compris dans d'autres classes, peaux d'animaux, malles et valises, parapluies, parasols et cannes, fouets et sellerie», compris dans la classe 18, et pour les produits correspondant à la désignation «vêtements, chaussures, chapellerie», compris dans la classe 25, du signe tridimensionnel reproduit ci-après:



- enregistrement italien n° 710102, avec effet à compter du 7 décembre 1994, pour les produits correspondant à la désignation «cuir et imitations du cuir, produits en ces matières non compris dans d'autres classes, peaux d'animaux, malles et valises, parapluies, parasols et cannes, fouets et sellerie», compris dans la classe 18, et pour les produits correspondant à la désignation «vêtements, chaussures, chapellerie», compris dans la classe 25, du signe verbal FOOTBRIDGE;

- enregistrement italien n° 721569, avec effet à compter du 28 février 1996, pour les produits correspondant à la désignation «cuir et imitations du cuir, produits en ces matières non compris dans d'autres classes, peaux d'animaux, malles et valises, parapluies, parasols et cannes, fouets et sellerie», compris dans la classe 18, et pour les produits correspondant à la désignation «vêtements, chaussures, chapellerie», compris dans la classe 25, du signe figuratif reproduit ci-après:



- enregistrement italien n° 630763, avec effet à compter du 24 décembre 1991, pour les produits correspondant à la désignation «cuir et imitations du cuir, produits en ces matières non compris dans d'autres classes, peaux d'animaux, malles et valises, parapluies, parasols et cannes, fouets et sellerie», compris dans la classe 18, et pour les produits correspondant à la désignation «vêtements, chaussures, chapellerie», compris dans la classe 25, du signe verbal OVER THE BRIDGE;

- enregistrement italien n° 642953, avec effet à compter du 26 octobre 1994, pour les produits correspondant à la désignation «cuir et imitations du cuir, produits en ces matières non compris dans d'autres classes, peaux d'animaux, malles et valises, parapluies, parasols et cannes, fouets et sellerie», compris dans la classe 18, du signe verbal THE BRIDGE.
- 10 Par décision du 15 novembre 2001, la division d'opposition de l'OHMI a rejeté l'opposition en considérant que, malgré l'interdépendance entre le degré de similitude des produits concernés et le degré de similitude des signes en conflit, tout risque de confusion, au sens de l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 40/94, pouvait être raisonnablement exclu au vu des dissemblances entre ceux-ci sur les plans phonétique et visuel.
- 11 Le 3 décembre 2001, la requérante a formé un recours contre la décision de la division d'opposition.
- 12 Par décision du 17 mars 2003, la quatrième chambre de recours de l'OHMI a rejeté le recours (ci-après la «décision attaquée»). Elle a, tout d'abord, écarté de son appréciation les enregistrements antérieurs n^{os} 370836, 704338, 606709 et 593651, au motif que l'usage des marques correspondantes n'avait pas été établi (décision attaquée, points 12 et 13). Elle a également écarté l'enregistrement antérieur n° 642952, en raison de l'insuffisance des preuves d'usage de la marque correspondante produites par l'opposante (décision attaquée, point 14). La chambre de recours a, ensuite, comparé les six autres marques antérieures, couvertes par les enregistrements n^{os} 704372, 633349, 710102, 721569, 630763 et 642953, avec la marque demandée, pour décider de l'absence de toute similitude tant conceptuelle que visuelle et phonétique entre celles-ci (décision attaquée, points 16 et suivants). Elle a, dès lors, conclu à l'inexistence d'un risque de confusion entre les marques en conflit, au sens de l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 40/94, en niant toute pertinence en l'espèce au principe d'interdépendance entre la similitude des produits et la similitude des signes, compte tenu de l'absence entre les marques en conflit du degré minimal de similitude requis pour justifier l'application dudit principe (décision attaquée, point 25).

Conclusions des parties

13 Dans sa requête, la requérante conclut à ce qu'il plaise au Tribunal:

- annuler la décision attaquée;

- enjoindre à l'OHMI de rejeter la demande d'enregistrement de l'intervenante;

- condamner l'OHMI aux dépens.

14 Lors de l'audience, la requérante a déclaré renoncer à son deuxième chef de conclusions, ce dont il a été pris acte dans le procès-verbal de l'audience.

15 L'OHMI et la partie intervenante concluent à ce qu'il plaise au Tribunal:

- rejeter le recours;

- condamner la requérante aux dépens.

En droit

- 16 Les griefs soulevés par la requérante à l'appui de sa demande d'annulation peuvent être regroupés en deux moyens, tirés, d'une part, de la violation de l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 40/94 et, d'autre part, de la violation de l'article 15, paragraphe 2, sous a), et de l'article 43, paragraphes 2 et 3, du règlement n° 40/94 ainsi que de la violation de la règle 22 du règlement n° 2868/95.

Sur le moyen tiré d'une violation de l'article 15, paragraphe 2, sous a), et de l'article 43, paragraphes 2 et 3, du règlement n° 40/94 ainsi que de la violation de la règle 22 du règlement n° 2868/95

Arguments des parties

- 17 En premier lieu, la requérante fait valoir que c'est à tort que la chambre de recours a fondé son appréciation relative au risque de confusion uniquement sur les marques antérieures THE BRIDGE et THE BRIDGE WAYFARER, en écartant les autres marques dont la requérante est titulaire et excluant pour l'ensemble des marques antérieures la protection spécifique qui revient aux «marques de série». La requérante souligne que les marques antérieures qui ont été écartées par la chambre de recours ont été enregistrées moins de cinq ans avant le dépôt de l'opposition et qu'elles ne sont par conséquent pas soumises à la preuve de l'usage au sens de l'article 43 du règlement n° 40/94. Dès lors, lesdites marques antérieures auraient dû être prises en compte par la chambre de recours du seul fait de leur enregistrement.
- 18 En deuxième lieu, la requérante soutient que c'est en méconnaissance de la règle 22 du règlement n° 2868/95 que la chambre de recours a écarté de son appréciation du risque de confusion la marque verbale THE BRIDGE pour la classe 25, couverte par

l'enregistrement n° 642952, au motif que son usage n'avait pas été suffisamment établi. La requérante fait observer, à cet égard, que la règle susmentionnée inclut les catalogues et les annonces publicitaires parmi les pièces justificatives qui peuvent être produites afin de prouver l'usage d'une marque. Or, afin de prouver l'utilisation sérieuse et effective de ladite marque, elle aurait produit devant la chambre de recours, conformément à la règle susvisée, plusieurs insertions publicitaires ainsi que ses catalogues. Ces pièces justificatives auraient été, à tort, considérées comme insuffisantes par la chambre de recours. À toutes fins utiles, la requérante a déposé devant le Tribunal de nouveaux documents concernant l'usage de ladite marque.

- 19 En troisième lieu, la requérante affirme que c'est à tort que la chambre de recours a écarté de son appréciation du risque de confusion les marques antérieures figuratives couvertes par les enregistrements n^{os} 370836, 704338, 606709 et 593651, au motif que leur usage n'avait pas été prouvé. Selon la requérante, les marques antérieures en cause doivent être qualifiées de «marques défensives» au sens du décret royal italien n° 929, du 21 juin 1942, tel que modifié (ci-après la «loi italienne sur les marques»), et sont exclues, en vertu de l'article 42, paragraphe 4, de ladite loi, de la déchéance pour non-usage. La requérante souligne que les marques dites «défensives» ont pour but d'élargir le champ de la protection de la marque principale contre le risque de confusion, en permettant à leur titulaire de s'opposer à l'enregistrement d'une marque similaire ou identique à celles-ci qui, en elle-même, ne serait pas semblable à la marque principale à un degré tel qu'il permette d'établir l'existence d'un risque de confusion. Selon la requérante, la chambre de recours a, à tort, retenu que les marques antérieures en objet ne constituaient pas des «marques défensives», dans la mesure où elles n'avaient pas été enregistrées simultanément ou postérieurement à la marque antérieure principale. À cet égard, la requérante fait observer, d'une part, que la chambre de recours a omis de tenir compte de la circonstance que la requérante s'est fait céder par des tiers les enregistrements n^{os} 704338 et 607909 dans le but précisément de les utiliser comme «marques défensives» et, d'autre part, que les enregistrements de l'ensemble des marques dont la requérante invoque le caractère «défensif» sont, en tout état de cause, postérieurs tant à l'enregistrement italien de la marque THE BRIDGE MADE IN ITALY, remontant à 1975, sur lequel l'opposition n'a pas été fondée, qu'à l'utilisation en fait de la marque antérieure THE BRIDGE, qui remonte aux années 70.

- 20 Enfin, s'agissant, notamment, de l'enregistrement n° 370836, la requérante soutient que les preuves de l'usage de la marque antérieure THE BRIDGE doivent être considérées comme aptes à prouver également l'usage de la marque antérieure couverte par cet enregistrement, laquelle ne se différencie de la marque THE BRIDGE que par une variation négligeable. À cet égard, la requérante rappelle que, conformément à l'article 15, paragraphe 2, sous a), du règlement n° 40/94, l'emploi d'une marque communautaire sous une forme qui diffère par des éléments n'altérant pas le caractère distinctif de celle-ci dans la forme sous laquelle elle a été enregistrée vaut usage de cette marque. C'est donc en méconnaissance de l'article 15, paragraphe 2, sous a), du règlement n° 40/94 que, selon la requérante, la chambre de recours a écarté de son appréciation du risque de confusion la marque antérieure BRIDGE, au motif que son usage n'avait pas été prouvé.
- 21 Quant au premier grief de la requérante, l'OHMI réplique que, pour pouvoir se prévaloir de la notion de «marques de série», la requérante aurait dû rapporter la preuve de l'usage de toutes ses marques, ce qu'elle n'a pas fait.
- 22 S'agissant du deuxième grief, l'OHMI rétorque que la chambre de recours a correctement apprécié les moyens de preuve produits par la requérante en considérant qu'ils étaient insuffisants pour prouver l'usage de la marque verbale THE BRIDGE couverte par l'enregistrement n° 642952.
- 23 Enfin, en ce qui concerne le troisième grief de la requérante, l'OHMI souligne qu'il ressort de l'article 43, paragraphe 2, du règlement n° 40/94 que l'usage de la marque antérieure est une condition nécessaire pour que l'opposition à l'enregistrement d'une marque communautaire plus récente puisse être accueillie. L'OHMI fait également noter que la protection de la «marque défensive» n'est pas prescrite par 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 que sa

reconnaissance n'est pas compatible avec la réglementation communautaire en matière de marques.

- 24 En premier lieu, l'intervenante souligne que la requérante était tenue de prouver l'usage de toutes ses marques pour fonder sa thèse en vertu de laquelle elle serait titulaire de «marques de série».
- 25 En deuxième lieu, l'intervenante fait valoir que la chambre de recours a correctement écarté de son appréciation la marque antérieure THE BRIDGE protégée par l'enregistrement n° 642952. À cet égard, elle fait observer que les informations relatives à des articles couverts par une marque, contenues dans des catalogues ou figurant dans des annonces publicitaires, n'apportent, en elles-mêmes, aucun élément sur l'importance quantitative de l'usage de cette marque, celles-ci devant être complétées par d'autres documents de nature à prouver une diffusion étendue et importante de la marque sur le territoire visé. En l'espèce, la chambre de recours a, selon l'intervenante, vraisemblablement tenu compte de ce que la requérante avait produit un seul catalogue automne/hiver 1994-1995 et quelques insertions publicitaires en 1995, ce qui a pu raisonnablement l'amener à conclure que la marque en question avait fait l'objet d'un usage purement symbolique.
- 26 S'agissant enfin du grief de la requérante relatif à la méconnaissance de ses «marques défensives», l'intervenante rétorque que l'élargissement de la protection d'une marque au moyen des «marques défensives» suppose l'existence d'une marque principale, de sorte que, pour être qualifiée de «défensive», une marque doit être déposée en même temps ou après le dépôt de la marque principale et non à une date antérieure. L'intervenante fait également remarquer, d'une part, que les enregistrements antérieurs n^{os} 370836 et 704338 ont été obtenus pour des produits relevant de la classe 25 alors que l'essentiel du commerce de la requérante vise des produits compris dans la classe 18 et, d'autre part, que les «marques défensives» doivent, en règle générale, présenter uniquement une légère variante par rapport à la

marque principale tandis que les marques antérieures que la requérante invoque comme étant «défensives» diffèrent de manière importante de la marque antérieure principale THE BRIDGE.

Appréciation du Tribunal

- 27 S'agissant du premier grief de la requérante, il convient de remarquer que, contrairement à ce que fait valoir cette dernière, la chambre de recours a fondé son appréciation du risque de confusion sur la comparaison entre la marque demandée et six marques antérieures correspondant aux enregistrements n^{os} 704372, 633349, 710102, 721569, 630763 et 642953. Au point 11 de la décision attaquée, la chambre de recours a expressément affirmé que lesdites marques antérieures n'étaient pas soumises à la preuve de l'usage conformément à l'article 43 du règlement n° 40/94, étant donné que la période de cinq ans à compter de leur enregistrement, prévue par cette disposition, n'était pas encore échue. Elle a dès lors conclu que les six marques susvisées devaient être prises en considération aux fins d'apprécier l'existence d'un risque de confusion avec la marque demandée, pour tous les produits pour lesquels elles avaient été enregistrées. Cette conclusion a été confirmée au point 15 de la décision attaquée.
- 28 Ce n'est que lorsqu'elle a examiné l'argument de la requérante selon lequel les marques antérieures devaient être considérées comme faisant partie d'une «famille de marques» et, dès lors, devaient, à ce titre, bénéficier d'une protection élargie que la chambre de recours a constaté, sur la base de son appréciation des éléments de preuve apportés par la requérante, que les différents produits commercialisés par cette dernière «étaient promus et vendus essentiellement sous la marque THE BRIDGE et, en une moindre proportion, sous la marque figurative THE BRIDGE WAYFARER», de sorte que le consommateur italien n'était réellement confronté sur le marché qu'à ces deux marques antérieures (point 22 de la décision attaquée). Se fondant sur cette constatation, la chambre de recours a conclu que la protection élargie invoquée par la requérante, liée à l'existence d'une prétendue «famille de

marques», n'était pas justifiée en l'espèce, étant donné que le seul enregistrement de nombreuses marques, non accompagné par l'utilisation de ces dernières sur le marché, ne suffisait pas à établir un tel concept.

- 29 Le grief en question vise en réalité à contester cette conclusion de la chambre de recours et la constatation sur laquelle celle-ci est fondée. Dès lors qu'il met en cause des appréciations de la chambre de recours effectuées dans le cadre de l'analyse au fond de l'existence d'un risque de confusion entre les signes en conflit, ce grief devra être examiné dans le cadre de l'analyse du moyen tiré de la violation de l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 40/94.
- 30 Par son deuxième grief, la requérante soutient que c'est en méconnaissance de la règle 22 du règlement n° 2868/95 que la chambre de recours a écarté de son appréciation du risque de confusion la marque verbale THE BRIDGE, couverte par l'enregistrement n° 642952, au motif que son usage n'avait pas été suffisamment établi.
- 31 Selon l'article 43, paragraphe 2, du règlement n° 40/94, lu en combinaison avec le paragraphe 3 du même article, sur requête du demandeur, le titulaire d'une marque nationale 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 nationale antérieure a fait l'objet d'un usage sérieux dans l'État membre dans lequel elle est protégée pour les produits ou les services pour lesquels elle est enregistrée. Aux termes du paragraphe 2 de la règle 22 du règlement n° 2868/95, «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». Les catalogues et les annonces dans les journaux figurent parmi les pièces justificatives qui peuvent être produites à titre de preuve de l'usage en vertu du paragraphe 3 de la règle susvisée.

- 32 Il convient de relever qu'un usage sérieux suppose une utilisation réelle de la marque sur le marché concerné aux fins d'identifier des produits ou des services. Ainsi, il y a lieu de considérer qu'un usage sérieux s'oppose à tout usage minimal et insuffisant pour considérer qu'une marque est réellement et effectivement utilisée sur un marché déterminé. À cet égard, même si le titulaire a l'intention d'utiliser de façon réelle sa marque, si cette dernière n'est pas objectivement présente sur le marché d'une façon effective, constante dans le temps et stable dans la configuration du signe, de sorte qu'elle ne peut pas être perçue par les consommateurs comme étant une indication de l'origine des produits ou des services en cause, il n'y a pas usage sérieux de la marque [arrêts du Tribunal du 12 décembre 2002, *Kabushiki Kaisha Fernandes/OHMI — Harrison (HIWATT)*, T-39/01, Rec. p. II-5233, point 36, et du 9 juillet 2003, *Laboratorios RTB/OHMI — Giorgio Beverly Hills (GIORGIO AIRE)*, T-156/01, Rec. p. II-2789, point 35].
- 33 En l'espèce, la requérante devait démontrer l'utilisation en Italie de la marque verbale THE BRIDGE, enregistrée pour les produits correspondant à la désignation «vêtements, chaussures, chapellerie», relevant de la classe 25. En outre, cette preuve devait être établie pour la période de cinq années qui a précédé la date de publication de la demande de marque, c'est-à-dire pour la période du 14 juin 1994 au 14 juin 1999.
- 34 Il ressort de l'analyse de la documentation contenue dans le dossier de l'OHMI transmis au Tribunal que les seules preuves produites par la requérante concernant l'utilisation de la marque verbale antérieure THE BRIDGE pour les articles de la classe 25 consistent en un catalogue automne-hiver 1994/1995 et en des insertions publicitaires réalisées en 1995. Les autres catalogues produits par la requérante ne sont pas datés.
- 35 Il y a lieu d'observer que les preuves rapportées par la requérante sont très limitées en ce qui concerne 1994 et inexistantes pour les années 1996 à 1999.

- 36 Dans ces circonstances, il y a lieu de considérer que les preuves produites par la requérante, indépendamment de leur aptitude à fournir des éléments sur l'importance quantitative de l'usage de la marque en cause, ne démontrent pas que cette dernière a été présente sur le marché italien de façon constante, pour les produits pour lesquels elle a été enregistrée, au cours de la période de cinq années qui a précédé la date de publication de la demande de marque, contrairement à ce que requiert l'article 43, paragraphe 2, du règlement n° 40/94, lu en combinaison avec le paragraphe 3 du même article.
- 37 Il s'ensuit que c'est à bon droit que la chambre de recours a estimé que l'usage sérieux de ladite marque pour les produits en cause n'avait pas été prouvé.
- 38 Par ailleurs, les documents présentés par la requérante pour la première fois devant le Tribunal sont irrecevables et doivent dès lors être écartés. En effet, selon une jurisprudence constante du Tribunal, le recours porté devant lui vise au contrôle de la légalité des décisions des chambres de recours de l'OHMI au sens de l'article 63 du règlement n° 40/94. Dès lors, la fonction du Tribunal n'est pas celle de réexaminer les circonstances de fait à la lumière des preuves présentées pour la première fois devant lui [arrêts du Tribunal du 6 mars 2003, DaimlerChrysler/OHMI (Calandre), T-128/01, Rec. p. II-701, point 18; du 3 juillet 2003, Alejandro/OHMI — Anheuser-Busch (BUDMEN), T-129/01, Rec. p. II-2251, point 67; du 4 novembre 2003, Díaz/OHMI — Granjas Castelló (CASTILLO), T-85/02, Rec. p. II-4835, point 46; du 13 juillet 2004, Samar/OHMI — Grotto (GAS STATION), T-115/03, Rec. p. II-2939, point 13, et du 1^{er} février 2005, SPAG/OHMI — Dann et Backer (HOOLIGAN), T-57/03, Rec. p. II-287, point 20; voir, en ce sens, arrêt du Tribunal du 5 mars 2003, Alcon/OHMI — Dr. Robert Winzer Pharma (BSS), T-237/01, Rec. p. II-411, points 61 et 62, confirmé par ordonnance de la Cour du 5 octobre 2004, Alcon/OHMI, C-192/03 P, Rec. p. I-8993].

39 Il découle de ce qui précède que le deuxième grief du présent moyen doit être écarté comme non fondé.

40 Par son troisième grief, en premier lieu, la requérante affirme que c'est à tort que la chambre de recours a écarté de son appréciation du risque de confusion les enregistrements n^{os} 370836, 704338, 606709 et 593651, au motif que l'usage des marques correspondantes n'avait pas été prouvé. La requérante soutient que les marques susvisées sont des «marques défensives», soustraites en tant que telles à la preuve de l'usage, conformément à la loi italienne sur les marques.

41 Au point 12 de la décision attaquée, la chambre de recours, tout en constatant que les quatre marques antérieures susmentionnées ne figuraient pas dans les catalogues ni dans les insertions publicitaires produits par la requérante, a conclu que la documentation apportée au cours de la procédure d'opposition ne permettait pas de prouver la présence sur le marché desdites marques. Au point suivant, la chambre de recours a écarté l'argument de la requérante selon lequel les marques en cause bénéficiaient, en tant que «marques défensives», de l'usage de la marque antérieure THE BRIDGE. À cet égard, elle a d'abord relevé que les «marques défensives» ont une nature auxiliaire, étant enregistrées non pour être utilisées sur le marché, mais dans le but d'élargir la protection de la marque principale, et qu'il découle logiquement de leur nature qu'elles doivent être enregistrées contextuellement ou postérieurement à la marque principale. Elle a ensuite constaté que les enregistrements des quatre marques en cause étaient antérieurs à la marque THE BRIDGE. Elle a, par conséquent, conclu que lesdites marques ne pouvaient pas être considérées comme des «marques défensives». Leur usage n'ayant pas été prouvé, elles devaient, dès lors, être écartées de l'appréciation portant sur l'existence d'un risque de confusion avec la marque demandée.

42 Il convient de relever que si, en droit italien, l'article 42, paragraphe 4, de la loi sur les marques prévoit une exception à la règle de la déchéance de la marque pour défaut d'usage quinquennal, inscrite au paragraphe 1 du même article, dans l'hypothèse où «le titulaire de la marque non utilisée est titulaire, en même temps, d'une autre ou de plusieurs autres marques similaires encore en vigueur, dont au moins une est utilisée pour désigner les mêmes produits ou services», le concept de «marque défensive» est en revanche inconnu du régime de protection de la marque communautaire.

43 À cet égard, il convient de relever que, dans l'économie du règlement n° 40/94, l'utilisation effective d'un signe dans le commerce pour les produits ou les services pour lesquels celui-ci a été enregistré constitue une condition essentielle pour la reconnaissance à son titulaire des droits exclusifs qui constituent l'objet de la protection accordée aux marques. Ainsi, l'article 15, paragraphe 1, du règlement n° 40/94 dispose que, «si, dans un délai de cinq ans à compter de l'enregistrement, la marque communautaire n'a pas fait l'objet par le titulaire d'un usage sérieux dans la Communauté pour les produits ou les services pour lesquels elle a été enregistrée, ou si un tel usage a été suspendu pendant un délai ininterrompu de cinq ans, la marque communautaire est soumise aux sanctions prévues au présent règlement sauf juste motif pour le non-usage». Selon l'article 50, paragraphe 1, sous a), le titulaire d'une marque communautaire est déclaré déchu de ses droits si, pendant une période ininterrompue de cinq ans, la marque n'a pas fait l'objet d'un usage sérieux dans la Communauté pour les produits ou les services pour lesquels elle est enregistrée et qu'il n'existe pas de justes motifs pour le non-usage. L'article 43, paragraphes 2 et 3, du règlement n° 40/94 prévoit que l'opposition à une demande de marque communautaire doit être rejetée si le titulaire d'une marque antérieure, communautaire ou nationale, qui a formé opposition n'apporte pas, sur requête du demandeur, la preuve que, au cours des cinq années qui précèdent la publication de la demande de marque communautaire, la marque antérieure a fait l'objet d'un usage sérieux dans la Communauté ou dans l'État membre dans lequel elle est protégée 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. Une disposition analogue est prévue à l'article 56, paragraphe 2, du règlement n° 40/94 dans le cas de dépôt d'une demande en déchéance ou en nullité.

- 44 Le rôle central que l'obligation d'utilisation de la marque revêt dans le système du règlement n° 40/94 se trouve d'ailleurs confirmé dans le neuvième considérant dudit règlement, qui énonce qu'«il n'est justifié de protéger les marques communautaires et, contre celles-ci, toute marque enregistrée qui leur est antérieure que dans la mesure où ces marques sont effectivement utilisées».
- 45 Il s'ensuit que la prise en compte des enregistrements dits «défensifs» n'est pas compatible avec le régime de protection de la marque communautaire voulu par le règlement n° 40/94.
- 46 Certes, les dispositions de ce règlement qui imposent au titulaire d'une marque l'obligation d'utilisation de celle-ci ou celle, dans le cadre des procédures d'opposition, de déchéance ou de nullité, de rapporter la preuve de son usage sérieux prévoient une exception selon laquelle le titulaire de la marque échappe aux conséquences de la méconnaissance de telles obligations lorsqu'il existe des «justes motifs» pour le non-usage. Cependant, il y a lieu de considérer que la notion de «justes motifs» visée par ces dispositions se réfère à des raisons reposant sur l'existence d'obstacles à l'utilisation de la marque ou à des situations dans lesquelles l'exploitation commerciale de celle-ci se révélerait, compte tenu de l'ensemble des circonstances pertinentes de l'espèce, excessivement onéreuse. De tels obstacles peuvent éventuellement résulter d'une réglementation nationale imposant, par exemple, des restrictions à la commercialisation des produits désignés par la marque, de sorte qu'une telle réglementation peut être invoquée en tant que juste motif pour le non-usage de la marque. En revanche, le titulaire d'un enregistrement national s'opposant à une demande de marque communautaire ne saurait invoquer, pour se soustraire à la charge de la preuve qui lui incombe en vertu de l'article 43, paragraphes 2 et 3, du règlement n° 40/94, une disposition nationale qui, comme c'est le cas de l'article 42, paragraphe 4, de la loi italienne sur les marques, permet le dépôt en tant que marques de signes destinés à ne pas être utilisés dans le commerce en raison de leur fonction purement défensive d'un autre signe faisant l'objet d'une exploitation commerciale. En effet, ainsi qu'il a été jugé au point 45 ci-dessus, de tels enregistrements ne sont pas compatibles avec la réglementation de la marque communautaire, ainsi qu'elle résulte du règlement n° 40/94, et leur reconnaissance au niveau national ne saurait constituer un «juste motif» au sens de l'article 43,

paragraphe 2 et 3, de ce règlement, pour le non-usage d'une marque antérieure sur laquelle se fonde une opposition à une demande de marque communautaire.

47 Pour les raisons qui précèdent, il y a dès lors lieu de rejeter le troisième grief du présent moyen dans la mesure où il se fonde sur la nature prétendument défensive, en vertu de la loi italienne sur les marques, de certaines marques antérieures écartées par la chambre de recours.

48 Dans le cadre de son troisième grief, en second lieu, la requérante soutient que les nombreux éléments qu'elle a produits au cours de la procédure devant l'OHMI afin de prouver l'utilisation de la marque antérieure THE BRIDGE sont de nature à prouver également l'usage sérieux de la marque couverte par l'enregistrement n° 370836, qui se différencie de la marque THE BRIDGE uniquement par des variations négligeables. À cet égard, la requérante renvoie tant à l'article 15, paragraphe 2, sous a), du règlement n° 40/94, selon lequel l'emploi d'une marque sous une forme qui diffère par des éléments n'altérant pas le caractère distinctif de celle-ci dans la forme sous laquelle elle a été enregistrée vaut usage de cette marque, qu'à l'article 42, paragraphe 2, de la loi italienne sur les marques, qui contient une disposition analogue.

49 Cet argument doit être écarté.

50 En effet, l'article 15, paragraphe 2, sous a), du règlement n° 40/94 auquel se réfère la requérante vise l'hypothèse où une marque enregistrée, nationale ou communautaire, est utilisée dans le commerce sous une forme légèrement différente par

rapport à la forme sous laquelle l'enregistrement a été effectué. L'objet de cette disposition, qui évite d'imposer une conformité stricte entre la forme utilisée de la marque et celle sous laquelle la marque a été enregistrée, est de permettre au titulaire de cette dernière d'apporter au signe, à l'occasion de son exploitation commerciale, les variations qui, sans en modifier le caractère distinctif, permettent de mieux l'adapter aux exigences de commercialisation et de promotion des produits ou des services concernés. Conformément à son objet, le champ d'application matériel de cette disposition doit être considéré comme limité aux situations dans lesquelles le signe concrètement utilisé par le titulaire d'une marque pour désigner les produits ou les services pour lesquels celle-ci a été enregistrée constitue la forme sous laquelle cette même marque est commercialement exploitée. Dans de pareilles situations, lorsque le signe utilisé dans le commerce diffère de la forme sous laquelle celui-ci a été enregistré uniquement par des éléments négligeables, de sorte que les deux signes peuvent être considérés comme globalement équivalents, la disposition susvisée prévoit que l'obligation d'usage de la marque enregistrée peut être remplie en rapportant la preuve de l'usage du signe qui en constitue la forme utilisée dans le commerce. En revanche, l'article 15, paragraphe 2, sous a), ne permet pas au titulaire d'une marque enregistrée de se soustraire à l'obligation qui lui incombe de faire usage de cette marque en invoquant à son bénéfice l'utilisation d'une marque similaire faisant l'objet d'un enregistrement distinct.

51 En l'espèce, la requérante essaye en fait de prouver l'usage de la marque couverte par l'enregistrement n° 370836 en invoquant les mêmes éléments de preuves produits devant l'OHMI concernant l'usage de la marque THE BRIDGE couverte par des enregistrements distincts. Dans ces circonstances, pour les raisons qui ont été exposées ci-dessus et sans qu'il soit nécessaire de se pencher sur la question de savoir si la marque faisant l'objet de l'enregistrement n° 370836 peut être considérée comme globalement équivalente à la marque THE BRIDGE, il y a lieu de considérer que les conditions pour l'application de la disposition de l'article 15, paragraphe 2, sous a), du règlement n° 40/94 ne se trouvent pas réunies en l'espèce.

52 À la lumière de l'ensemble des considérations qui précèdent, le troisième grief du présent moyen doit être écarté comme non fondé.

53 Il s'ensuit que le présent moyen doit être rejeté dans son ensemble.

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

Arguments des parties

54 En premier lieu, la requérante fait observer qu'elle est titulaire de nombreuses marques contenant le terme «bridge», constituant une «famille» de marques ou des «marques de série». Cette circonstance, qui serait de nature à accroître le risque de confusion entre les marques en conflit, aurait été négligée par la chambre de recours sur la base d'une interprétation erronée des dispositions du règlement n° 40/94 relatives à la preuve de l'usage des marques.

55 La requérante fait également valoir que les marques dont elle est titulaire sont des marques complexes, ayant toutes un terme en commun, le mot anglais «bridge», accompagné d'autres signes verbaux ou figuratifs. Tous les éléments composant lesdites marques n'auraient aucune relation avec les produits qu'elles désignent. Dès lors, ces marques seraient dotées d'un caractère distinctif intrinsèque très fort, renforcé, s'agissant de la marque verbale THE BRIDGE, par l'usage massif qui en a été fait et qui serait étayé par la documentation très volumineuse produite par la requérante devant la chambre de recours. La requérante fait observer que la jurisprudence tant italienne que communautaire reconnaît une protection étendue à ce type de marques. À cet égard, la requérante rappelle que, dans l'arrêt du 29 septembre 1998, Canon (C-39/97, Rec. p. I-5507, point 18), la Cour a jugé que «les marques qui ont un caractère distinctif très 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».

- 56 La requérante fait observer que tant la division d'opposition que la chambre de recours ont d'ailleurs admis que la marque THE BRIDGE exprime un concept qui ne présente aucun lien avec les produits pour lesquels elle est enregistrée et que, par conséquent, elle est dotée d'un caractère distinctif intrinsèque. La chambre de recours aurait également reconnu le caractère notoire de la marque THE BRIDGE, sans néanmoins en tirer les conséquences qui s'imposaient en ce qui concerne l'appréciation du risque de confusion.
- 57 En deuxième lieu, la requérante reproche à la chambre de recours de ne pas avoir tenu compte, dans son appréciation du risque de confusion, du principe de l'interdépendance entre la similitude des marques et celle des produits. En faisant référence à la jurisprudence communautaire, en particulier à l'arrêt de la Cour du 11 novembre 1997, SABEL (C-251/95, Rec. p. I-6191), elle fait remarquer que le risque de confusion doit être apprécié globalement, en tenant compte de tous les facteurs pertinents du cas d'espèce, qui doivent être considérés comme interdépendants.
- 58 En troisième lieu, s'agissant de la comparaison entre les signes en conflit, la requérante soutient que c'est à tort que la chambre de recours a considéré que les marques antérieures et la marque demandée n'étaient pas similaires.
- 59 En ce qui concerne la comparaison sur le plan visuel, la requérante estime que, contrairement à ce qui est affirmé dans la décision attaquée, la présence, dans la marque demandée, à côté de l'élément verbal «bainbridge», d'un dessin, reproduisant un rouleau de voile qui se déroule jusqu'au point de prendre la forme de la voile d'un bateau, ne ferait qu'accroître le risque de confusion entre cette

marque et les marques figuratives antérieures, étant donné que celles-ci sont également composées d'un élément verbal, contenant le mot «bridge», et d'éléments graphiques. Cette circonstance induirait le public à croire que la requérante est à l'origine des produits désignés par la marque demandée et que ceux-ci constituent une ligne de produits destinés spécialement aux personnes intéressées au monde de la voile et du nautisme. Cette impression serait ultérieurement renforcée par la circonstance que l'élément figuratif de la marque antérieure couverte par l'enregistrement n° 721569 reproduit le dessin d'une étoile des vents, symbole nautique par excellence.

- 60 La requérante fait également observer que la marque demandée et la marque figurative antérieure faisant l'objet de l'enregistrement n° 370836 sont très similaires sur le plan graphique.
- 61 S'agissant de la comparaison des signes sur le plan conceptuel, la requérante estime que la chambre de recours a commis une erreur d'appréciation dans la mesure où elle a considéré que le consommateur moyen italien dispose d'une connaissance des langues étrangères lui permettant de saisir la prétendue différence conceptuelle existant entre les marques en conflit.
- 62 À cet égard, la requérante soutient que l'allégation de la chambre de recours, selon laquelle ledit consommateur est en mesure de comprendre le sens du mot anglais «bridge», est erronée. Elle souligne que ce mot n'a pas d'assonance avec le mot italien correspondant, «ponte», et que le terme «bridge» est communément utilisé en italien pour désigner un jeu de cartes.
- 63 Par ailleurs, à supposer même que la conclusion selon laquelle le terme anglais «bridge» est intelligible pour le consommateur moyen italien soit correcte, elle

aurait en tout état de cause dû amener la chambre de recours à reconnaître l'existence d'une similitude entre les marques en conflit, dans la mesure où celles-ci contiennent toutes ledit terme. Au contraire, la chambre de recours aurait considéré que le consommateur moyen italien, bien qu'étant capable de comprendre la signification du mot «bridge» lorsqu'il est utilisé dans les marques de la requérante, ne serait pas en mesure de distinguer ce même terme dans la marque demandée, puisqu'il y est utilisé conjointement avec un autre terme, «bain», n'ayant aucune signification en anglais, de sorte que la marque demandée se présenterait aux yeux du public pertinent comme un ensemble homogène et solidaire sans aucune signification évidente.

- 64 La requérante conteste cette appréciation, en ajoutant que, si, comme le soutient la chambre de recours, le consommateur moyen italien a une connaissance des langues étrangères suffisante pour lui permettre de saisir la signification du mot anglais «bridge», il sera également en mesure de comprendre, dans la marque demandée, le mot français «bain» et il sera porté à disséquer le terme «bainbridge» en deux mots. Elle souligne que la thèse de l'intervenante, selon laquelle ledit consommateur percevra la marque demandée comme un patronyme ou comme une indication géographique, est invraisemblable.
- 65 Selon la requérante, soit le consommateur moyen italien ne comprendra probablement aucun des mots étrangers qui composent les marques en conflit, soit il reconnaîtra uniquement le mot «bridge», qu'il identifiera dans toutes les marques en cause. Dans les deux cas, le risque de confusion serait évident. À l'appui de ses allégations, la requérante invoque plusieurs décisions de l'OHMI dans lesquelles l'existence d'un risque de confusion aurait été retenue sans aucune référence à l'intelligibilité des marques en cause par le consommateur pertinent.
- 66 La requérante fait, enfin, état d'une série de décisions, rendues dans des affaires qui présentaient de fortes analogies avec celle de l'espèce, dans lesquelles les organes de l'OHMI ont reconnu l'existence d'un risque de confusion entre les marques en conflit.

67 L'OHMI estime que l'appréciation de la chambre de recours est correcte.

68 En ce qui concerne, tout d'abord, l'affirmation de la requérante selon laquelle la chambre de recours n'aurait pas tenu compte de la circonstance que la requérante est titulaire d'une série de marques possédant l'élément commun «bridge», l'OHMI fait valoir que le système communautaire n'accorde aucune protection juridique abstraite aux «marques de série», chaque signe antérieur devant être pris en considération isolément dans le cadre de l'appréciation d'un éventuel risque de confusion avec la marque communautaire demandée. En ce sens, la notion de «marques de série» ne revêt d'importance dans une telle appréciation que si le consommateur pertinent a été confronté à chacune des marques antérieures, dont il a été effectivement fait usage, de sorte qu'il en retire l'impression qu'il existe entre elles un lien de nature à attribuer à toutes la même origine. Par conséquent, le concept de «marques de série» ou de «famille de marques» n'aurait de pertinence qu'en présence d'un usage sérieux de chaque marque.

69 Ensuite, quant à l'argument de la requérante selon lequel la chambre de recours n'aurait tenu compte dans son appréciation ni de l'interdépendance entre la similitude des produits concernés et la similitude des signes en cause ni de la prétendue renommée des marques antérieures, l'OHMI souligne que l'existence d'un degré minimal de similitude entre les signes en conflit est une condition indispensable pour que soit reconnu un risque de confusion, à défaut duquel il n'est plus nécessaire d'examiner les autres circonstances intervenant dans l'appréciation globale du risque de confusion, telles que le caractère distinctif intrinsèque et la renommée de la marque antérieure ou la similitude éventuelle entre les produits. En l'espèce, un tel degré minimal de similitude entre les signes en conflit ne pourrait être discerné.

70 L'OHMI, comme la chambre de recours, considère que ce n'est que dans les marques antérieures que le mot «bridge» se prête à être extrait de l'ensemble dont il

fait partie. En revanche la marque demandée constituerait un tout homogène et solidaire, sans aucune signification évidente, dans lequel l'élément verbal «bridge» perd tout caractère individuel pour se fondre dans un autre mot clairement distinct des éléments qui le composent. Selon l'OHMI, l'expérience commune montrerait que les mots peuvent perdre ou acquérir leur sens s'ils sont séparés ou unis à d'autres mots, comme c'est le cas du mot italien «bella» lorsqu'il est reproduit dans le mot «isabella».

71 Par ailleurs, l'OHMI fait observer que, sur le plan visuel, les signes en conflit sont clairement différents, en raison de leur longueur ou de l'objet graphique représenté.

72 L'intervenante partage les appréciations de l'OHMI en ce qui concerne les griefs de la requérante tirés de la prétendue existence de «marques de série» et de la prétendue méconnaissance du principe d'interdépendance entre la similitude des signes et la similitude des produits. S'agissant du premier grief, l'intervenante ajoute que la notion de «marques de série» présuppose que les marques considérées comportent une matrice commune, qui ne saurait être retrouvée dans les marques antérieures.

73 S'agissant de la comparaison entre les marques en conflit, l'intervenante fait remarquer, en ce qui concerne les éléments visuels, que la marque demandée est une marque complexe, figurative et verbale, qui comporte un dessin doté d'une grande force distinctive, de nature à capter l'attention du consommateur et à désigner l'origine nautique de la marque et des produits qu'elle désigne. Elle souligne également la représentation graphique particulière de l'élément verbal «bainbridge». La marque demandée et les marques antérieures seraient différentes également sur le plan phonétique.

- 74 Sur le plan conceptuel, l'intervenante souligne que le terme «bainbridge» est un patronyme très courant aux États-Unis. En l'espèce, il s'agirait du nom d'un des deux fondateurs de la société américaine Bainbridge Aquabatten Inc., productrice de tissus pour voiles, dont l'intervenante serait distributrice exclusive en Italie. Ce terme serait également un toponyme, qui désigne une petite ville dans l'État de Washington ainsi qu'une petite île sur un des lacs de l'État de Géorgie. Par conséquent, selon l'intervenante, le terme «bainbridge» ne doit pas être considéré comme un mot composé, mais comme un nom unique qui n'a aucun lien conceptuel avec les marques antérieures, lesquelles renvoient au concept d'un pont.

Appréciation du Tribunal

- 75 L'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 40/94 prévoit que, «sur opposition du titulaire d'une marque antérieure, la marque demandée est refusée à l'enregistrement lorsqu'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» et que «le risque de confusion comprend le risque d'association avec la marque antérieure».
- 76 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.
- 77 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 des services en cause, et 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 des 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].

- 78 En l'espèce, étant donné la nature des produits concernés, dont la désignation est reproduite aux points 6 et 9 ci-dessus, le public ciblé par rapport auquel l'analyse du risque de confusion doit s'effectuer est composé, pour tous les produits en cause, des consommateurs moyens de l'État membre dans lequel les marques antérieures sont protégées, à savoir l'Italie.
- 79 En application de l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 40/94 et à la lumière des considérations qui précèdent, il y a donc lieu de procéder à la comparaison entre, d'une part, les produits concernés et, d'autre part, les signes en conflit.

— Sur les produits en cause

- 80 Selon la jurisprudence, il y a lieu, pour apprécier la similitude entre les produits ou les services en cause, de tenir compte de tous les facteurs pertinents qui caractérisent les rapports entre ces produits ou ces services. Ces facteurs incluent, en particulier, leur nature, leur destination, leur utilisation ainsi que leur caractère concurrent ou complémentaire [arrêt du Tribunal du 23 octobre 2002, *Institut für Lernsysteme/OHMI — Educational Services (ELS)*, T-388/00, Rec. p. II-4301, point 51].

- 81 En l'espèce, l'opposition se fonde sur des marques antérieures enregistrées pour des produits relevant des classes 18 et 25 ou de l'une de ces deux classes et est dirigée contre l'enregistrement de la marque demandée pour des produits relevant des mêmes classes.
- 82 S'agissant d'apprécier le degré de similitude entre les produits, il suffit donc de constater que, ainsi qu'il ressort des désignations reprises aux points 6 et 9 ci-dessus et ce dont les parties au demeurant conviennent, les produits visés par la demande de marque et ceux couverts par les marques antérieures sont identiques.

— Sur les signes en cause

- 83 Au point 11 de la décision attaquée, la chambre de recours a considéré que seulement six des onze marques antérieures, à savoir les marques tridimensionnelles comportant l'élément verbal «the bridge» (enregistrements n^{os} 704372 et 633349), la marque verbale FOOTBRIDGE (enregistrement n° 710102), la marque figurative comportant l'élément verbal «the bridge wayfarer» (enregistrement n° 721579), la marque verbale OVER THE BRIDGE (enregistrement n° 630763) et la marque verbale THE BRIDGE (enregistrement n° 642953), pouvaient entrer en ligne de compte dans l'appréciation de l'existence d'un risque de confusion.
- 84 Aucun des griefs avancés par la requérante à l'encontre de cette conclusion de la chambre de recours et examinés dans le cadre de l'analyse du premier moyen n'ayant été retenu, il convient de limiter l'analyse concernant la similitude des signes en conflit à la comparaison entre la marque demandée et les six marques antérieures énumérées au point 11 susvisé de la décision attaquée (ci-après les «marques antérieures pertinentes»).

- 85 Il y a d'abord lieu de comparer la marque demandée avec chacune des marques antérieures pertinentes prises isolément et, ensuite, d'examiner, dans le cadre de l'analyse du risque de confusion, l'argument de la requérante tiré de l'existence d'une prétendue «famille» ou «série» de marques antérieures.
- 86 Il est de jurisprudence constante que l'appréciation globale du risque de confusion, qui doit être effectuée en tenant compte de tous les facteurs pertinents, doit, en ce qui concerne la similitude visuelle, phonétique ou conceptuelle des signes en conflit, être fondée sur l'impression d'ensemble produite par les signes, en tenant compte notamment de leurs éléments distinctifs et dominants (arrêt SABEL, précité, point 23, et arrêt ELS, précité, point 62). En effet, le consommateur moyen du type de produit ou de service en cause, dont la perception des marques joue un rôle déterminant dans l'appréciation globale du risque de confusion, perçoit normalement une marque comme un tout et ne se livre pas à un examen des différents détails (arrêt SABEL, précité, point 23).
- 87 En l'espèce, les marques antérieures pertinentes consistent en des signes verbaux, en des signes complexes, figuratifs et verbaux, et en des signes tridimensionnels, comportant tous un élément verbal commun, à savoir le mot anglais «bridge», précédé, dans la plupart des signes, de l'article déterminé «the». La marque demandée est un signe complexe constitué par une étiquette rectangulaire en noir et blanc dans laquelle est reproduit le dessin d'un rouleau de voile qui se déroule jusqu'au point de prendre la forme de la voile d'un bateau. Sur le côté droit du dessin figure la mention «bainbridge», en caractères noirs cursifs, s'étalant horizontalement sur les deux tiers de la longueur de l'étiquette, et soulignée par une ligne noire traversant l'ensemble de l'étiquette.
- 88 À titre liminaire, il convient de relever, tout comme l'a fait la chambre de recours au point 23 de la décision attaquée, que les marques antérieures sont dotées d'un caractère distinctif intrinsèque élevé dans la mesure où elles se composent de signes

verbaux, complexes et tridimensionnels, dont les éléments, considérés isolément ou dans leur ensemble, n'ont aucun lien avec les produits qu'elles désignent. En ce qui concerne notamment les marques antérieures comportant l'élément verbal «the bridge», ce caractère s'avère ultérieurement accentué par l'usage intensif qui en a été fait. Or, il résulte de la jurisprudence de la Cour que le risque de confusion est d'autant plus élevé que le caractère distinctif de la marque antérieure s'avère important et que les marques qui ont un caractère distinctif élevé, soit intrinsèquement, soit en raison de la connaissance dont elles jouissent sur le marché, bénéficient d'une protection plus étendue que celles dont le caractère distinctif est moindre (arrêts SABEL, précité, point 24, et Canon, précité, point 18).

89 S'agissant, en revanche, de l'allégation de la requérante selon laquelle la chambre de recours aurait reconnu le caractère notoire des marques antérieures, il suffit de relever qu'aucun passage de la décision attaquée ne permet d'étayer une telle allégation.

90 Il y a donc lieu d'examiner si la chambre de recours a pu, sans commettre d'erreurs d'appréciation, conclure à l'inexistence de similitudes visuelles, phonétiques et conceptuelles entre les signes en conflit.

91 Il convient tout d'abord de comparer ces signes sur le plan visuel.

92 À cet égard, il y a lieu de distinguer les marques antérieures pertinentes en trois catégories, selon qu'il s'agit de signes verbaux, complexes, à savoir composés d'éléments figuratifs et verbaux, ou tridimensionnels.

- 93 Appartiennent à la première catégorie les marques antérieures FOOTBRIDGE (enregistrement n° 710102), OVER THE BRIDGE (enregistrement n° 630763) et THE BRIDGE (enregistrement n° 642953).
- 94 Le Tribunal a jugé qu'une marque complexe, verbale et figurative, ne peut être considérée comme étant semblable à une autre marque, similaire ou identique 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].
- 95 En l'espèce, même à supposer que l'élément verbal de la marque demandée, «bainbridge», puisse être considéré comme l'élément susceptible d'attirer plus que les autres l'attention du consommateur, force est de constater que les similitudes visuelles entre cet élément et les trois marques antérieures en cause ne concernent qu'une séquence de six lettres, composant le mot anglais «bridge». Ce mot est accompagné, dans la marque demandée, du préfixe «bain» et, dans les marques antérieures, par les mots détachés «over the», «the» et par le préfixe «foot».
- 96 Par ailleurs, le mot «bainbridge» s'accompagne dans la marque demandée d'éléments figuratifs dont l'importance, bien que pouvant être qualifiée de moindre, n'est cependant pas négligeable dans l'impression d'ensemble produite par ce signe.
- 97 Or, au vu des dissemblances susvisées entre les trois marques antérieures en cause et l'élément verbale de la marque demandée et compte tenu de l'autre facteur de

différentiation que constituent les éléments figuratifs qui caractérisent cette dernière, la similitude entre les signes en conflit relevée au point 95 ci-dessus n'est pas de nature à l'emporter dans le cadre d'une appréciation globale des signes en conflit sur le plan visuel.

- 98 La deuxième catégorie comprend uniquement la marque complexe comportant l'élément verbal «the bridge wayfarer» (enregistrement n° 721579). Cette marque reproduit le dessin en noir et blanc d'une étoile des vents traversée par une ligne horizontale noire. Ledit élément figuratif est positionné entre les mentions «the bridge», en caractères noirs et gras, et «wayfarer», en caractères noirs plus petits.
- 99 Force est de constater que ladite marque antérieure diffère substantiellement de la marque demandée sur le plan visuel. En effet, le seul élément commun aux signes en conflit, à savoir la séquence de six lettres composant le mot «bridge», apparaît en l'espèce presque imperceptible dans l'impression d'ensemble produite par ceux-ci, laquelle est fortement affectée par les éléments figuratifs, comprenant, outre les dessins, la reproduction graphique des éléments verbaux qui s'ajoutent au mot susvisé, à savoir le préfixe «bain» dans la marque demandée et les mots détachés «the» et «wayfarer» dans la marque antérieure en cause.
- 100 S'agissant, enfin, de la troisième catégorie de marques antérieures pertinentes, constituée d'étiquettes tridimensionnelles reproduisant la mention «the bridge», force est de constater que les différences dues à la nature même de ces marques suffisent à exclure toute similitude avec la marque demandée sur le plan visuel.
- 101 En conclusion, la comparaison sur le plan visuel entre les signes en conflit fait apparaître de fortes dissemblances entre ceux-ci, de nature à permettre de considérer le seul élément commun, constitué par la séquence de six lettres

composant le mot «bridge», comme insuffisant pour établir entre les marques en cause, compte tenu de l'impression d'ensemble produite par celles-ci, un degré de similitude visuelle significatif aux fins de l'appréciation du risque de confusion.

102 Il convient, ensuite, de comparer les signes en conflit sur le plan phonétique.

103 À cet égard, il y a lieu de relever que les similitudes phonétiques entre les signes en conflit sont assez faibles si l'on compare la marque demandée avec la marque antérieure comportant l'élément verbal «the bridge wayfarer» et la marque antérieure verbale OVER THE BRIDGE, alors qu'elles sont plus marquées lorsqu'une telle comparaison porte sur les marques antérieures verbales THE BRIDGE et FOOTBRIDGE et sur les marques antérieures tridimensionnelles comportant l'élément verbal «the bridge».

104 À cet égard, l'argument exposé par la chambre de recours au point 21 de la décision attaquée, selon lequel les différences phonétiques «reflètent largement celles conceptuelles (...), étant donné que la prononciation des différentes marques sera différente en fonction de la signification des mots qui les composent», ne convainc pas.

105 Il y a en revanche lieu de considérer que le consommateur italien prononcera vraisemblablement les quatre marques antérieures susvisées et la marque demandée d'une manière telle que le mot «bridge» en sera dans tous les cas accentué, à cause notamment de l'agencement des lettres et de la juxtaposition des consonantes «d» et «g», inconnue dans la langue italienne. Par ailleurs, la similitude phonétique entre les marques antérieures verbales THE BRIDGE et FOOTBRIDGE et les marques antérieures tridimensionnelles comportant l'élément verbal «the bridge», d'une part, et la marque demandée comportant l'élément verbal «bainbridge», d'autre part, se

trouve d'autant plus marquée que le mot «bridge» figure dans toutes ces marques dans la même position. En revanche, cette similitude est affaiblie par la présence des mots «the» et du préfix «foot» dans les marques antérieures et du préfix «bain» dans la marque demandée.

106 À la lumière des considérations qui précèdent, il convient donc de reconnaître l'existence d'une certaine similitude phonétique entre la marque demandée et, à tout le moins, les quatre marques antérieures susvisées.

107 Il y a lieu, enfin, de comparer les signes en conflit sur le plan conceptuel.

108 Le point de départ de l'analyse de la chambre de recours concernant les contenus sémantiques des marques en cause réside dans le postulat, contesté par la requérante, que le consommateur moyen italien dispose d'une connaissance de la langue anglaise suffisante pour lui permettre de reconnaître la signification du terme «bridge» et de le relier au mot italien correspondant, «ponte» (point 17 de la décision attaquée).

109 Une telle prémisse ne saurait être remise en cause. En effet, comme l'intervenante le fait justement observer, le mot «bridge» fait partie du vocabulaire élémentaire de la langue anglaise, dont la connaissance relève, en Italie, d'un niveau de scolarisation moyen. Il en va de même des termes anglais «the» et «foot», et de l'expression «over the» figurant dans les marques antérieures.

110 La chambre de recours poursuit son raisonnement en exposant que le consommateur italien n'est en mesure de comprendre le mot «bridge» dans sa

signification de pont que lorsqu'il est confronté aux marques antérieures, puisque c'est uniquement dans ces marques que ledit terme est utilisé conjointement avec l'article «the» ou avec d'autres mots anglais, tels que «foot», dont la compréhension est aisée. En revanche, tel ne serait pas le cas s'agissant de la marque demandée, étant donné que le mot «bridge» y figure précédé du préfixe «bain», qui serait, en soi, dépourvu de toute signification (point 18 de la décision attaquée). Ainsi, selon la chambre de recours, «si, dans les marques antérieures, le mot 'bridge' se prête à être idéalement détaché de l'ensemble dont il fait partie, la marque BAINBRIDGE constitue un ensemble homogène et solidaire, sans aucune signification évidente, si ce n'est qu'en tant que signe de fantaisie, patronyme ou indication géographique, dans lequel le mot 'bridge', bien qu'étant présent, ne possède aucune valeur autonome» (point 19 de la décision attaquée).

111 Le raisonnement de la chambre de recours apparaît à cet égard exempt d'erreurs d'appréciation.

112 En effet, la circonstance que le mot «bridge» est, dans la marque demandée, précédé du préfixe «bain», n'ayant aucune signification dans la langue anglaise, est de nature à affaiblir l'immédiateté du lien sémantique entre ledit mot et le concept qu'il sous-tend dans cette langue. Ainsi, l'ensemble constitué par le terme «bainbridge» pourrait aisément être perçu par le consommateur italien comme un mot de fantaisie ou, compte tenu également du fait que dans la représentation graphique de la marque ce terme débute par une majuscule, comme une indication géographique, désignant une ville ou une région traversée par une rivière, à l'instar, par exemple, du mot «Cambridge», ou bien comme un nom de famille. Par ailleurs, la représentation graphique du signe ne contient aucun élément qui puisse évoquer l'idée d'un pont. En revanche, le dessin reproduisant une voile de bateau pourrait induire le consommateur à penser que l'indication «bainbridge» désigne une localité balnéaire, dans laquelle sont pratiqués des sports nautiques. Une telle association d'idées est susceptible d'être encore renforcée dans l'esprit du consommateur moyen italien, à supposer que, comme le suggère la requérante, celui-ci soit en mesure de comprendre la signification du mot français «bain», figurant comme préfixe dans le terme «bainbridge».

113 En revanche, lorsqu'il est utilisé dans les marques antérieures pertinentes, le mot «bridge» évoque immédiatement le concept d'un pont. Cette immédiateté du lien sémantique est renforcée par différents éléments, tels que l'utilisation de l'article «the», ou d'autres mots issus de la langue anglaise en fonction d'adjectifs qualitatifs («foot»).

114 Au vu des considérations exposées, il y a donc lieu de considérer que la chambre de recours n'a pas commis d'erreurs d'appréciation lorsqu'elle a conclu que les signes en conflit n'étaient pas similaires sur le plan sémantique et, dès lors, qu'il ne peut être affirmé que la marque demandée usurpe le concept de «pont» exprimé par les marques antérieures pertinentes (point 20 de la décision attaquée).

— Sur le risque de confusion

115 Il ressort des considérations qui précèdent que les signes en conflit présentent des similitudes significatives uniquement sur le plan phonétique.

116 Or, malgré le caractère distinctif élevé des marques antérieures pertinentes et l'identité des produits désignés par ces dernières et par la marque demandée, il ne saurait être conclu à l'existence d'un risque de confusion au vu des seules similitudes phonétiques entre les signes en conflit. À cet égard, il convient de relever que le degré de similitude phonétique entre deux marques est d'une importance réduite dans le cas de produits qui sont commercialisés d'une telle manière que, habituellement, le public pertinent, lors de l'achat, perçoit la marque les désignant de façon visuelle [arrêts du Tribunal du 14 octobre 2003, Phillips-Van Heusen/OHMI — Pash Textilvertrieb und Einzelhandel (BASS), T-292/01, Rec. p. II-4335, et du 28 juin 2005, Canali Ireland/OHMI — Canal Jean (CANAL JEAN CO. NEW YORK), T-301/03, Rec. p. II-2479]. Tel est le cas des produits en cause en l'espèce.

- 117 À la lumière de l'ensemble des considérations qui précèdent, il y a lieu de conclure que la chambre de recours n'a pas commis d'erreurs d'appréciation en concluant qu'il n'existait pas un risque de confusion dans l'esprit du consommateur entre la marque demandée et les six marques antérieures pertinentes, prises en compte isolément.
- 118 Il reste, à ce stade, à analyser l'argument de la requérante selon lequel les marques antérieures, toutes caractérisées par la présence de la même composante verbale, «bridge», constituent une «famille de marques» ou des «marques de série». Selon elle, une telle circonstance est de nature à créer un risque objectif de confusion dans la mesure où le consommateur, confronté à la marque demandée, reproduisant la même composante verbale des marques antérieures, sera induit à croire que la requérante est à l'origine également des produits désignés par cette marque.
- 119 Il convient, à titre liminaire, de relever que le concept de «marques de série» n'est pas visé par le règlement n° 40/94.
- 120 Une telle constatation ne permet cependant pas d'écarter d'emblée l'argumentation de la requérante.
- 121 Pour apprécier le bien-fondé d'une telle argumentation, 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 si, en raison de l'identité ou de la similitude des marques et des produits ou des services qu'elles désignent, il existe dans l'esprit du public un risque de confusion qui «comprend le risque d'association avec la marque antérieure». Par ailleurs, le septième considérant du règlement n° 40/94 précise que «le risque de confusion, dont l'appréciation dépend de nombreux facteurs et notamment de la

connaissance de la marque sur le marché, de l'association qui peut en être faite avec le signe utilisé ou enregistré, du degré de similitude entre la marque et le signe et entre les produits ou les services désignés, constitue la condition spécifique de la protection».

122 Il convient ensuite de rappeler que, selon la jurisprudence mentionnée au point 77 ci-dessus, le risque de confusion doit être apprécié globalement, selon la perception que le public pertinent a des signes et des produits ou des services en cause, et en tenant compte de tous les facteurs pertinents en l'espèce.

123 Or, il y a lieu de retenir que, lorsque l'opposition à une demande de marque communautaire se fonde sur plusieurs marques antérieures et que ces marques présentent des caractéristiques permettant de les considérer comme faisant partie d'une même «série» ou «famille», ce qui peut être le cas, notamment, soit lorsqu'elles reproduisent intégralement un même élément distinctif avec l'ajout d'un élément, graphique ou verbal, les différenciant l'une de l'autre, soit lorsqu'elles se caractérisent par la répétition d'un même préfixe ou suffixe extrait d'une marque originaire, une telle circonstance constitue un facteur pertinent aux fins de l'appréciation de l'existence d'un risque de confusion.

124 En effet, dans de pareilles hypothèses, un risque de confusion peut être suscité par la possibilité d'association entre la marque demandée et les marques antérieures faisant partie de la série, lorsque la marque demandée présente avec ces dernières des similitudes susceptibles d'induire le consommateur à croire qu'elle fait partie de cette même série et, dès lors, que les produits qu'elle désigne ont la même origine commerciale que ceux couverts par les marques antérieures, ou une origine apparentée. Un tel risque d'association entre la marque demandée et les marques de série antérieures, susceptible d'entraîner une confusion sur l'origine commerciale des produits désignés par les signes en conflit, peut exister même lorsque, comme en l'espèce, la comparaison entre la marque demandée et les marques antérieures,

prises chacune isolément, ne permet pas d'établir l'existence d'un risque de confusion directe. Dans un tel cas, le risque que le consommateur puisse se tromper quant à l'origine commerciale des produits ou des services en cause ne résulte pas de la possibilité qu'il confonde la marque demandée avec l'une ou l'autre des marques de série antérieures mais de la possibilité qu'il estime que la marque demandée fait partie de la même série.

¹²⁵ Il y a cependant lieu de considérer que le risque d'association décrit ci-dessus ne peut être invoqué que si deux conditions sont cumulativement réunies.

¹²⁶ En premier lieu, le titulaire d'une série d'enregistrements antérieurs doit fournir la preuve de l'usage de toutes les marques appartenant à la série ou, à tout le moins, d'un nombre de marques susceptible de constituer une «série». En effet, pour qu'il existe un risque que le public se méprenne quant à l'appartenance à la série de la marque demandée, les marques antérieures faisant partie de cette série doivent nécessairement être présentes sur le marché. La prise en compte de la nature sérielle des marques antérieures impliquant l'élargissement du champ de protection des marques faisant partie de la série considérées isolément, toute appréciation abstraite du risque de confusion, fondée uniquement sur l'existence de plusieurs enregistrements ayant pour objet des marques reproduisant, comme en l'espèce, le même élément distinctif, et en l'absence d'un usage effectif des marques, doit être considérée comme exclue. Ainsi, à défaut de la preuve d'un tel usage, le risque de confusion éventuellement entraîné par l'apparition sur le marché de la marque demandée devra être apprécié en comparant chacune des marques antérieures prises isolément avec la marque demandée.

¹²⁷ En second lieu, la marque demandée doit non seulement être similaire aux marques appartenant à la série, mais également présenter des caractéristiques susceptibles de la rattacher à la série. Tel pourrait ne pas être le cas, par exemple, lorsque l'élément commun aux marques sérielles antérieures est utilisé dans la marque demandée dans une position différente de celle dans laquelle il figure habituellement dans les marques appartenant à la série ou avec un contenu sémantique distinct.

128 En l'espèce, force est de constater que, à tout le moins, la première des conditions susvisées n'est pas remplie. En effet, ainsi qu'il a été dit par la chambre de recours et qu'il ressort du dossier, les seules preuves produites par la requérante au cours de la procédure d'opposition se réfèrent à l'usage de la marque THE BRIDGE et, dans une moindre mesure, de la marque THE BRIDGE WAYFARER. Ces deux marques étant les seules marques antérieures dont la requérante a prouvé la présence sur le marché, c'est à juste titre que la chambre de recours a écarté les arguments par lesquels la requérante invoquait le bénéfice de la protection revenant aux «marques de série».

129 À la lumière de l'ensemble des considérations qui précèdent, il convient de conclure que c'est sans commettre d'erreurs d'appréciation ni d'erreurs de droit que la chambre de recours a exclu l'existence d'un risque de confusion entre les signes en conflit.

130 Il s'ensuit que le moyen tiré d'une violation de l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 40/94 doit également être écarté.

131 Le recours doit, dès lors, être rejeté dans son ensemble.

Sur les dépens

132 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. La

requérante ayant succombé en ses conclusions, il y a lieu de la condamner aux dépens, conformément aux conclusions de l'OHMI.

Par ces motifs,

LE TRIBUNAL (quatrième chambre)

déclare et arrête:

1) Le recours est rejeté.

2) La requérante est condamnée aux dépens.

Legal

Mengozi

Wiszniewska-Białecka

Ainsi prononcé en audience publique à Luxembourg, le 23 février 2006.

Le greffier

Le président

E. Coulon

H. Legal