



Recueil de la jurisprudence

CONCLUSIONS DE L'AVOCATE GÉNÉRALE
M^{ME} ELEANOR SHARPSTON
présentées le 19 décembre 2019¹

Affaire C-714/18 P

**ACTC GmbH
contre**

Office de l'Union européenne pour la propriété intellectuelle (EUIPO)

« Pourvoi – Marque de l'Union européenne – Règlement (CE) n° 207/2009 – Demande d'enregistrement de la marque verbale de l'Union européenne tigha – Opposition formée par le titulaire de la marque antérieure de l'Union européenne TAIGA – Rejet partiel de la demande d'enregistrement – Article 8, paragraphe 1, sous b) – Appréciation du risque de confusion – Appréciation de la similitude sur le plan conceptuel des signes en conflit – Article 42, paragraphe 2 – Preuve de l'usage sérieux de la marque antérieure – Preuve de l'usage “pour une partie des produits ou des services” – Détermination d'une sous-catégorie autonome de produits »

I. Introduction

1. La présente affaire devrait conduire la Cour à se prononcer sur la portée de la notion de « partie des produits ou des services » à laquelle se réfère l'article 42, paragraphe 2, du règlement (CE) n° 207/2009 du Conseil, du 26 février 2009, sur la marque de l'Union européenne², tel que modifié³, qui régit la preuve de l'usage sérieux d'une marque de l'Union européenne antérieure dans le contexte d'une procédure d'opposition introduite par le titulaire de cette marque.

2. Si cette notion a été interprétée par le Tribunal de l'Union européenne dès l'arrêt du 14 juillet 2005, *Reckitt Benckiser (España)/OHMI – Aladin (ALADIN)*⁴, la Cour n'a toutefois pas eu l'occasion de confirmer les principes dégagés par celui-ci et sur lesquels repose l'arrêt du 13 septembre 2018, *ACTC/EUIPO – Taiga (tigha)*⁵, objet du présent pourvoi (ci-après l'« arrêt attaqué »), introduit par ACTC GmbH.

3. Ce pourvoi offre donc l'occasion à la Cour d'examiner une composante essentielle de l'analyse relative à l'existence d'un usage sérieux de la marque antérieure de l'Union européenne, à savoir l'étendue matérielle de cet usage, dans la lignée de l'arrêt du 19 décembre 2012, *Leno Merken*⁶, qui était relatif à l'étendue territoriale de ce dernier. En particulier, la Cour est invitée à se prononcer sur le critère qu'il est nécessaire d'employer afin de définir une sous-catégorie de produits et/ou de services sur lesquels il a été fait un usage sérieux de la marque antérieure de l'Union européenne.

¹ Langue originale : le français.

² JO 2009, L 78, p. 1.

³ Le règlement n° 207/2009 a été remplacé par le règlement (UE) 2017/1001 du Parlement européen et du Conseil, du 14 juin 2017, sur la marque de l'Union européenne (JO 2017, L 154, p. 1, ci-après le « règlement n° 207/2009 »).

⁴ T-126/03, ci-après l'« arrêt *Reckitt Benckiser (España)/OHMI – Aladin (ALADIN)* », EU:T:2005:288.

⁵ T-94/17, non publié, EU:T:2018:539.

⁶ C-149/11, EU:C:2012:816.

4. Conformément à la demande de la Cour, les présentes conclusions se limiteront à l'analyse des principales questions de droit nouvelles qui se posent en l'espèce, à savoir celles soulevées par le premier moyen du pourvoi, tiré de la violation de l'article 42, paragraphe 2, du règlement n° 207/2009, ainsi que par le troisième grief de la deuxième branche du second moyen de ce pourvoi, relatif à l'appréciation de la similitude sur le plan conceptuel des signes en conflit.

II. Le cadre juridique

5. L'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 207/2009, dispose :

« 1. Sur opposition du titulaire d'une marque antérieure, la marque demandée est refusée à l'enregistrement :

[...]

b) 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 ; le risque de confusion comprend le risque d'association avec la marque antérieure. »

6. L'article 15, paragraphe 1, premier alinéa, de ce règlement est ainsi libellé :

« Si, dans un délai de cinq ans à compter de l'enregistrement, la marque de l'Union européenne n'a pas fait l'objet par le titulaire d'un usage sérieux dans l'Union pour les produits ou les services pour lesquels elle est enregistrée [...], la marque de l'Union européenne est soumise aux sanctions prévues au présent règlement, sauf juste motif pour le non-usage. »

7. L'article 42, paragraphe 2, dudit règlement énonce :

« Sur requête du demandeur, le titulaire d'une marque antérieure de l'Union européenne qui a formé opposition apporte la preuve que, au cours des cinq années qui précèdent la date de dépôt ou la date de priorité de la demande de marque de l'Union européenne, la marque antérieure de l'Union européenne a fait l'objet d'un usage sérieux dans l'Union européenne 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 soit enregistrée depuis cinq ans au moins. À défaut d'une telle preuve, l'opposition est rejetée. Si la marque antérieure de l'Union européenne 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. »

III. Les antécédents du litige

8. Les antécédents du litige ont été exposés en détail dans l'arrêt attaqué, en particulier, aux points 1 à 10 de celui-ci, auxquels je renvoie à cet égard. Les éléments essentiels et nécessaires pour la compréhension des présentes conclusions peuvent être résumés comme suit.

9. Ce litige trouve son origine dans l'opposition formée par Taiga AB, titulaire de la marque verbale de l'Union européenne TAIGA (ci-après la « marque antérieure »), à l'enregistrement du signe verbal « tigha » (ci-après la « marque demandée »), demandé par ACTC, pour des produits relevant, entre autres, de la classe 25 au sens de l'arrangement de Nice⁷ et correspondant à la description suivante :

« Vêtements ; vêtements de dessus ; sous-vêtements ; articles de chaussures ; coiffures (chapellerie) et chapellerie ; chaussures et bottes de travail ; blouses de travail ; gants ; ceintures et chaussettes. »

10. Cette opposition est fondée sur l'existence d'un risque de confusion au sens de l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 207/2009.

11. Par une décision du 9 février 2015, la division d'opposition a rejeté l'opposition. Taiga a introduit un recours contre celle-ci. Par une décision du 9 décembre 2016 (ci-après la « décision litigieuse »), la quatrième chambre de recours de l'Office de l'Union européenne pour la propriété intellectuelle (EUIPO) a annulé partiellement la décision de la division d'opposition, à savoir pour l'ensemble des produits en cause, compris dans la classe 25 au sens de l'arrangement de Nice, et a rejeté, par conséquent, la demande d'enregistrement concernant ces produits.

12. En premier lieu, la chambre de recours a considéré que l'usage de la marque antérieure avait été prouvé, notamment, pour certains produits relevant de la classe 25 au sens de l'arrangement de Nice [vêtements ; vêtements de dessus ; sous-vêtements ; coiffures (chapellerie) et chapellerie ; blouses de travail ; gants ; ceintures et chaussettes].

13. En second lieu, dans le cadre de l'appréciation du risque de confusion, après avoir constaté que le territoire pertinent était celui de l'Union européenne, et que les consommateurs feraient preuve d'un niveau d'attention élevé lors de l'achat des produits relevant de la marque antérieure et d'un niveau d'attention moyen en ce qui concerne certains produits relevant de la marque demandée (vêtements, chaussures, coiffures et sacs), la chambre de recours a considéré, en particulier, que les produits en cause, compris dans la classe 25 au sens de l'arrangement de Nice, étaient identiques ou similaires aux produits couverts par la marque antérieure, que les signes en conflit étaient très similaires sur le plan visuel, identiques sur le plan phonétique, du moins pour les consommateurs anglophones, et que ces signes ne pouvaient être associés à aucun concept pour la majorité du public pertinent. Dans ces conditions, la chambre de recours a constaté, en ce qui concerne les produits relevant de la classe 25 au sens de l'arrangement de Nice, un risque de confusion entre les marques en conflit.

IV. La procédure devant le Tribunal

14. Le 13 février 2017, la requérante a introduit un recours devant le Tribunal tendant à l'annulation de la décision litigieuse. À l'appui de son recours, celle-ci a invoqué, en substance, deux moyens tirés de la violation, premièrement, de l'article 42, paragraphe 2, du règlement n° 207/2009 et, deuxièmement, de l'article 8, paragraphe 1, sous b), de ce règlement.

15. Par l'arrêt attaqué, le Tribunal a rejeté ce recours dans son intégralité.

V. Les conclusions des parties et la procédure devant la Cour

16. Par son pourvoi, la requérante demande à la Cour, à titre principal, d'annuler l'arrêt attaqué ainsi que la décision litigieuse et, à titre subsidiaire, d'annuler cet arrêt et de renvoyer l'affaire devant le Tribunal. Elle demande également à la Cour de condamner l'EUIPO aux dépens.

⁷ Arrangement 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 (ci-après l'« arrangement de Nice »).

17. L'EUIPO demande à la Cour de rejeter ledit pourvoi et de condamner la requérante aux dépens.

18. Taiga demande, quant à elle, à la Cour de rejeter ce pourvoi et de condamner la requérante aux dépens, y compris ceux auxquels elle a été exposée.

VI. Appréciation

19. À l'appui de son pourvoi, la requérante soulève deux moyens.

20. Le premier moyen est tiré de la violation par le Tribunal de l'article 42, paragraphe 2, du règlement n° 207/2009. Par ce moyen, la requérante invite la Cour à se prononcer sur les règles et principes applicables à la définition d'une sous-catégorie de produits dans le cadre de la démonstration d'un usage sérieux de la marque antérieure⁸.

21. Le second moyen est, quant à lui, tiré de la violation par le Tribunal de l'article 8, paragraphe 1, sous b), de ce règlement, la requérante critiquant les appréciations portées par le Tribunal quant à l'existence d'un risque de confusion entre les marques en conflit et, en particulier, quant aux modalités de l'examen relatif à la similitude conceptuelle des signes en conflit.

A. Sur le premier moyen, tiré d'une violation de l'article 42, paragraphe 2, du règlement n° 207/2009

1. L'arrêt attaqué

22. Devant le Tribunal, la requérante a fait valoir que les preuves d'usage communiquées par Taiga ne permettaient pas de prouver un usage sérieux de la marque antérieure pour la catégorie des « vêtements », pris dans leur ensemble, relevant de la classe 25 au sens de l'arrangement de Nice. La requérante a notamment reproché à la chambre de recours de ne pas avoir conclu à l'existence d'une sous-catégorie autonome de produits couverts par la marque antérieure, laquelle ne se référerait qu'à des vêtements extérieurs de protection contre les intempéries⁹.

23. Le Tribunal a examiné les arguments soulevés par la requérante aux points 23 à 37 de l'arrêt attaqué. Il a, tout d'abord, rappelé, au point 28 de cet arrêt, les dispositions prévues aux articles 15 et 42 du règlement n° 207/2009. Puis, le Tribunal a rappelé les principes qu'il a dégagés dans sa propre jurisprudence, d'une part, aux points 29 à 31 de l'arrêt attaqué, quant à la ratio legis de l'article 42 de ce règlement, et, d'autre part, au point 32 de cet arrêt, quant aux critères qu'il convient d'employer afin de déterminer l'existence d'une sous-catégorie autonome de produits au sens de cette disposition.

24. Pour les besoins de l'analyse, il me semble utile de reproduire lesdits points :

« 29 Les dispositions de l'article 42 du règlement n° 207/2009 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 aux droits que tire le titulaire de la marque antérieure de son enregistrement, de sorte qu'elles ne peuvent pas être interprétées de manière à aboutir à une limitation injustifiée de l'étendue de la protection de

⁸ La question de l'usage sérieux présente un caractère spécifique et préalable, puisqu'elle conduit à déterminer si, aux fins de l'examen de l'opposition, la marque antérieure peut être réputée *enregistrée* pour les produits ou les services en cause, cette question ne s'inscrivant donc pas dans le cadre de l'examen de l'opposition proprement dite, tirée de l'existence d'un *risque de confusion* avec cette marque.

⁹ Dans son pourvoi, la requérante soutient que la sous-catégorie de produits dont l'existence est revendiquée regrouperait les produits suivants : « vêtements, vêtements de dessus, sous-vêtements ; coiffures (chapellerie) et chapellerie ; gants, ceintures et chaussettes ; *tous les produits susmentionnés devant être utilisés en tant que vêtements d'extérieur de protection contre les intempéries (froid, vent et/ou pluie uniquement)* ; blouses de travail » (italique ajouté par mes soins).

la marque antérieure, en particulier dans l'hypothèse où les produits ou les services pour lesquels cette marque a été enregistrée constituent une catégorie suffisamment circonscrite 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 [voir, en ce sens, arrêt Reckitt Benckiser (España)/OHMI – Aladin (ALADIN) (points 51 et 53)].

- 30 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 des 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, la preuve de l'usage sérieux de la marque pour lesdits produits ou services couvre nécessairement toute cette catégorie aux fins de l'opposition [arrêts Reckitt Benckiser (España)/OHMI – Aladin (ALADIN) (point 45) et du 13 février 2007, Mundipharma/OHMI – Altana Pharma (RESPICUR) ^[10] (T-256/04, EU:T:2007:46, point 23)].
- 31 Cependant, 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 pas avoir pour effet de priver le titulaire de ladite marque 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 pour le 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 pour toutes les déclinaisons commerciales de produits ou de services analogues, mais seulement pour les produits ou les services suffisamment différenciés pour pouvoir constituer des catégories ou des sous-catégories cohérentes [arrêts Reckitt Benckiser (España)/OHMI – Aladin (ALADIN) (point 46) et du 6 mars 2014, Anapurna/OHMI – Annapurna (ANNAPURNA) (T-71/13, non publié, EU:T:2014:105, point 63)].
- 32 S'agissant de la question de savoir si des produits font partie d'une sous-catégorie cohérente susceptible d'être envisagée de manière autonome, il découle de la jurisprudence que, dans la mesure où le consommateur recherche avant tout un produit ou un service qui pourra répondre à ses besoins spécifiques, la finalité ou la destination du produit ou du service en cause revêt un caractère essentiel dans l'orientation de son choix. Dès lors, dans la mesure où il est appliqué par les consommateurs préalablement à tout achat, le critère de finalité ou de destination est un critère primordial dans la définition d'une sous-catégorie de produits ou de services. En revanche, la nature des produits en cause ainsi que leurs caractéristiques ne sont pas, en tant que telles, pertinentes pour la définition de sous-catégories de produits ou de services [voir arrêt du 18 octobre 2016, August Storck/EUIPO – Chiquita Brands (Fruitfuls) (T-367/14, non publié, EU:T:2016:615, point 32 et jurisprudence citée ^[11]]. »

10 Ci-après l'« arrêt Mundipharma/OHMI – Altana Pharma (RESPICUR) ».

11 Cette jurisprudence citée est constituée des arrêts Mundipharma/OHMI – Altana Pharma (RESPICUR) (points 29 et 31) ainsi que du 16 mai 2013, Aleris/OHMI – Carefusion 303 (ALARIS) (T-353/12, non publié, EU:T:2013:257, points 22 et 23).

25. C'est à l'issue de ce rappel des règles de droit et des principes jurisprudentiels applicables que le Tribunal a examiné, aux points 33 à 36 de l'arrêt attaqué, si les preuves fournies par Taiga permettaient effectivement de discerner une sous-catégorie autonome de produits regroupant uniquement des vêtements extérieurs de protection contre les intempéries.

26. Dans un premier temps, le Tribunal a constaté que les articles visés dans les preuves d'usage communiquées par Taiga présentent « la même destination, car ils visent à couvrir le corps humain, à le cacher, à le parer et à le protéger contre les éléments » et « ne peuvent, en tout état de cause, être considérés comme “essentiellement différents” » au sens de la jurisprudence visée au point 31 de l'arrêt attaqué¹².

27. Dans un second temps, le Tribunal a relevé que les caractéristiques particulières que possèdent ces produits sont, en principe, sans incidence, puisque, au sens de la jurisprudence citée au point 32 de l'arrêt attaqué, sans pertinence pour la définition d'une sous-catégorie de produits¹³.

28. Au point 37 de l'arrêt attaqué, le Tribunal a, par conséquent, rejeté ledit moyen.

2. Analyse

29. Par le premier moyen de son pourvoi, la requérante critique le point 34 de l'arrêt attaqué par lequel le Tribunal a considéré que les articles visés dans les preuves d'usage communiquées par Taiga, présentaient la même destination, car ils visaient à « couvrir le corps humain, à le cacher, à le parer et à le protéger contre les éléments ».

30. La requérante soutient que cette analyse est entachée de deux erreurs de droit, puisque le Tribunal se serait écarté des règles et des principes qu'il a lui-même dégagés dans ses arrêts Reckitt Benckiser (España)/OHMI – Aladin (ALADIN) et Mundipharma/OHMI – Altana Pharma (RESPICUR).

31. Ce premier moyen s'articule en deux branches.

32. Par la première branche de ce moyen, la requérante fait grief au Tribunal d'avoir fondé son appréciation non pas sur les produits pour lesquels la marque antérieure a été enregistrée, mais sur les seuls produits visés dans les preuves d'usage communiquées par Taiga. Selon elle, la question à laquelle le Tribunal aurait dû répondre est celle de savoir si la marque antérieure était enregistrée pour une catégorie de produits suffisamment large pour que puissent être distinguées, en son sein, plusieurs sous-catégories susceptibles d'être envisagées de manière autonome, de sorte que l'usage ne concernait que des produits spécifiques relevant d'une catégorie plus large.

33. Par la seconde branche dudit moyen, la requérante reproche au Tribunal de ne pas avoir pris en considération le fait que ces produits sont destinés à des usages multiples, à savoir couvrir, cacher, parer ou protéger le corps humain, qu'ils s'adressent, en outre, à un public différent et, enfin, qu'ils sont vendus dans des magasins également différents, de sorte que lesdits produits se distingueraient des produits vestimentaires visés par la marque demandée.

¹² Voir point 34 de l'arrêt attaqué.

¹³ Voir point 35 de l'arrêt attaqué.

34. Je rappelle, à titre liminaire, qu'il n'appartient pas à la Cour de se prononcer sur le point de savoir si l'usage sérieux de la marque antérieure a été effectivement prouvé pour une sous-catégorie de produits distincte de la catégorie générique des vêtements relevant de la classe 25 au sens de l'arrangement de Nice. Il s'agit d'une appréciation des faits pertinents et des éléments de preuve, qui relève, en principe et en vertu d'une jurisprudence constante, de la seule compétence du Tribunal¹⁴.

35. En revanche, il appartient à la Cour de se prononcer sur les principes et sur les règles de droit employés par le Tribunal aux fins de son appréciation. En effet, la notion de « partie des produits ou des services » visée à l'article 42, paragraphe 2, du règlement n° 207/2009 tend à préciser l'étendue matérielle de l'usage, ce qui constitue une composante essentielle aux fins de l'analyse de l'existence d'un usage sérieux de la marque.

36. Si la requérante ne formule aucune critique quant à la jurisprudence dégagée par le Tribunal dans les arrêts *Reckitt Benckiser (España)/OHMI – Aladin (ALADIN)* et *Mundipharma/OHMI – Altana Pharma (RESPICUR)*, il est, à mon avis, indispensable que la Cour se prononce sur les termes de celle-ci afin non seulement de statuer sur les griefs soulevés par la requérante dans le cadre du présent pourvoi, mais également de confirmer ou d'infirmer une jurisprudence sur laquelle le Tribunal se fonde depuis plusieurs années.

a) Les règles et principes dégagés par le Tribunal dans les arrêts Reckitt Benckiser (España)/OHMI – Aladin (ALADIN) et Mundipharma/OHMI – Altana Pharma (RESPICUR)

37. Je précise d'emblée que je partage les considérations exposées par le Tribunal dans les arrêts *Reckitt Benckiser (España)/OHMI – Aladin (ALADIN)* et *Mundipharma/OHMI – Altana Pharma (RESPICUR)*, reproduites au point 24 des présentes conclusions.

38. En effet, je pense que l'interprétation que celui-ci a dégagée de la notion de « partie des produits ou des services », figurant à l'article 42, paragraphe 2, du règlement n° 207/2009, permet, avant tout, de garantir la fonction essentielle de la marque. Cette interprétation s'inscrit ainsi dans la ligne des règles posées par le législateur de l'Union dans ce règlement et de la jurisprudence de la Cour quant à l'interprétation de la notion d'« usage sérieux » de la marque antérieure.

39. La fonction de la marque, je le rappelle, est de garantir aux consommateurs l'identité d'origine du produit ou du service désigné par la marque, en lui permettant de distinguer, sans confusion possible, ce produit ou ce service de ceux qui ont une autre provenance¹⁵.

40. Pour que cette fonction puisse être assurée, le règlement n° 207/2009 confère au titulaire de la marque un ensemble de droits et de facultés afin que, par l'usage exclusif du signe distinctif et l'identification des produits ou des services qui en découlent, une concurrence loyale et non faussée puisse s'établir sur le marché. Toutefois, ces droits doivent être limités à ce qui est strictement nécessaire à la réalisation de cet objectif, d'autant plus que, contrairement à la protection octroyée par les autres titres de propriété intellectuelle et industrielle, la protection conférée par le droit de marque peut être d'une durée illimitée.

41. Le législateur de l'Union a donc veillé à ce que les marques puissent remplir leur fonction essentielle tout en assurant que le droit de marque ne soit pas détourné de sa fonction pour obtenir un avantage concurrentiel indu.

¹⁴ Voir arrêts du 5 septembre 2019, *Union européenne/Guardian Europe et Guardian Europe/Union européenne* (C-447/17 P et C-479/17 P, EU:C:2019:672, point 137 et jurisprudence citée), ainsi que du 13 novembre 2019, *Outsource Professional Services/EUIPO* (C-528/18 P, non publié, EU:C:2019:961, point 47 et jurisprudence citée).

¹⁵ Voir, notamment, arrêt du 17 octobre 2019, *Landeskammer für Land- und Forstwirtschaft in Steiermark/Schmid* (C-514/18 P, non publié, EU:C:2019:878, point 37 et jurisprudence citée).

42. Il résulte, ainsi, de l'article 15 du règlement n° 207/2009 que la protection d'une marque antérieure n'est justifiée que dans la mesure où celle-ci fait l'objet d'un « usage sérieux dans l'Union pour les produits ou les services pour lesquels elle est enregistrée »¹⁶.

43. À cette fin, l'article 42, paragraphe 2, de ce règlement, prévoit que le demandeur d'une marque de l'Union européenne peut requérir la preuve que la marque antérieure a fait l'objet d'un « usage sérieux » dans l'Union au cours des cinq années qui précèdent la publication de la demande de marque ayant fait l'objet d'une opposition¹⁷. Le législateur de l'Union a ainsi considéré qu'une période de cinq ans était raisonnable afin de pouvoir apprécier le caractère sérieux de l'usage.

44. Il résulte de la jurisprudence de la Cour que la notion d'« usage sérieux » est une notion autonome du droit de l'Union¹⁸. Selon la Cour, une marque fait l'objet d'un « usage sérieux » lorsqu'elle est utilisée conformément à sa fonction essentielle, à l'exclusion des usages de caractère symbolique qui ont pour seul objet le maintien des droits conférés par la marque¹⁹. La Cour considère, en effet, qu'une marque qui n'est pas utilisée constitue un obstacle non seulement à la concurrence – puisqu'elle limite l'éventail des signes qui peuvent être enregistrés par d'autres en tant que marque et prive les concurrents de la possibilité d'utiliser cette marque ou une marque similaire lors de la mise sur le marché intérieur de produits ou de services identiques ou similaires à ceux qui sont protégés par la marque en cause –, mais également à la libre circulation des marchandises et à la libre prestation des services²⁰.

45. Je constate que les principes dégagés par le Tribunal dans les arrêts Reckitt Benckiser (España)/OHMI – Aladin (ALADIN) et Mundipharma/OHMI – Altana Pharma (RESPICUR) s'inscrivent dans la droite ligne de la jurisprudence de la Cour.

46. En premier lieu, le Tribunal a examiné, dans l'arrêt Reckitt Benckiser (España)/OHMI – Aladin (ALADIN) et dans le contexte de l'article 43, paragraphe 2, du règlement (CE) n° 40/94 du Conseil, du 20 décembre 1993, sur la marque communautaire²¹ (devenu l'article 42, paragraphe 2, du règlement n° 207/2009), la question de l'étendue de la protection à accorder dans le cas d'un « usage partiel » de la marque antérieure, c'est-à-dire d'une marque dont l'usage sérieux a été démontré uniquement pour une « partie des produits ou des services » pour lesquels celle-ci a été enregistrée. Partant du constat que les dispositions de l'article 43 du règlement n° 40/94 (devenu l'article 42 du règlement n° 207/2009) constituent une limitation aux droits que tire le titulaire de la marque antérieure de son enregistrement, le Tribunal a interprété la notion de « partie des produits ou des services » visée à ladite disposition de façon à ce que la marque antérieure puisse avant tout assurer sa fonction essentielle. L'interprétation qu'il a dégagée tente ainsi de ménager un juste équilibre entre, d'une part, le maintien et la préservation des droits exclusifs conférés, à cette fin, au titulaire de la marque antérieure et, d'autre part, la limitation de ces derniers afin d'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 de services²².

47. L'étendue des catégories de produits ou de services pour lesquels la marque antérieure a été enregistrée est un élément déterminant de cet équilibre²³.

16 Voir, également, considérant 10 de ce règlement.

17 Voir, à cet égard, précisions apportées par le législateur de l'Union dans les règles 15 à 22 du règlement (CE) n° 2868/95 de la Commission, du 13 décembre 1995, portant modalités d'application du règlement (CE) n° 40/94 du Conseil sur la marque communautaire (JO 1995, L 303, p. 1), le règlement n° 2868/95 étant applicable au règlement n° 207/2009.

18 Voir, notamment, arrêt du 11 mars 2003, Ansul (C-40/01, EU:C:2003:145, points 25 à 31).

19 Voir ordonnance du 27 janvier 2004, La Mer Technology (C-259/02, EU:C:2004:50, point 27), ainsi que arrêt du 17 octobre 2019, Landeskammer für Land- und Forstwirtschaft in Steiermark/Schmid (C-514/18 P, non publié, EU:C:2019:878, point 36 et jurisprudence citée).

20 Voir arrêt du 19 décembre 2012, Leno Merken (C-149/11, EU:C:2012:816, point 32).

21 JO 1994, L 11, p. 1.

22 Voir arrêt Reckitt Benckiser (España)/OHMI – Aladin (ALADIN) (point 51).

23 Ibidem (point 44).

48. Le Tribunal dégage ainsi deux types de situations.

49. La première situation est celle dans laquelle la marque antérieure a été enregistrée pour des produits ou des services définis de façon particulièrement « précise et circonscrite » et, partant, composant une catégorie plus homogène de produits ou de services. Dans ce cas, le Tribunal juge qu'il n'est pas possible d'opérer des divisions significatives à l'intérieur de la catégorie concernée, la preuve de l'usage sérieux de la marque pour ces produits ou ces services devant couvrir toute cette catégorie aux fins de l'opposition²⁴.

50. Je partage le raisonnement du Tribunal. S'agissant de produits relevant d'une catégorie de produits plus ou moins homogènes, le consommateur désireux d'acquérir un produit relevant de cette catégorie pensera ou risquera de penser à la marque antérieure et à ce que cette marque lui garantira quant à la qualité du produit, par exemple. Dans ces circonstances, il est justifié et suffisant, à mon sens, de prouver l'usage sérieux de la marque pour une partie des produits relevant de ladite catégorie. Cela permet d'éviter le risque de confusion visé à l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 207/2009, mais également de protéger les intérêts commerciaux du titulaire de la marque antérieure. En effet, il ne faudrait pas, en exigeant des preuves d'usage sérieux excessives, limiter indûment les droits exclusifs dont bénéficie ce dernier à étendre sa gamme de produits au sein même de cette catégorie homogène.

51. La seconde situation est celle dans laquelle la marque antérieure a été enregistrée pour une large catégorie hétérogène de produits ou de services. Le Tribunal suppose, dans ce cas, qu'il est possible de envisager plusieurs sous-catégories *susceptibles* d'être considérées de manière autonome, à condition que ces sous-catégories soient cohérentes, ce qui implique qu'elles rassemblent des produits ou des services « analogues » ou qui ne sont pas « essentiellement différents »²⁵. Dans cette hypothèse, le Tribunal considère que 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 les services pour lesquels la marque a été effectivement utilisée²⁶.

52. Je suis également d'accord avec cette analyse. En effet, s'agissant de produits rassemblés au sein d'une catégorie hétérogène de produits relevant néanmoins de la même classe de produits, il existe non seulement un risque moindre de confusion dans l'esprit du public pertinent, mais également une justification moindre pour protéger les intérêts commerciaux du titulaire de la marque antérieure. Si ce dernier a enregistré sa marque pour une large gamme de produits qu'il pourrait éventuellement commercialiser, mais que, à l'évidence, il n'a pas encore mis sur le marché, il bloque l'accès de ses concurrents à un vaste marché de produits. La solution dégagée par le Tribunal permet donc de garantir le respect des droits reconnus au titulaire de la marque antérieure, en particulier celui de bénéficier d'une protection à l'égard des produits ou des services analogues à ceux pour lesquels il a pu prouver un usage sérieux et celui d'étendre sa gamme de produits à ces derniers, tout en rendant disponible la marque pour des produits ou des services qui, parce qu'ils sont « suffisamment différenciés »²⁷, relèvent d'une autre catégorie ou sous-catégorie de produits ou de services.

53. En second lieu, afin d'identifier une sous-catégorie « cohérente » de produits susceptible d'être envisagée de manière autonome, le Tribunal se fonde sur le critère de la finalité ou de la destination des produits ou des services en cause, la nature ou les caractéristiques de ces derniers étant, selon lui, sans pertinence aux fins de cette appréciation²⁸.

²⁴ Ibidem (point 45).

²⁵ Je reprends ici les termes employés par le Tribunal dans l'arrêt Reckitt Benckiser (España)/OHMI – Aladin (ALADIN) (point 46).

²⁶ Voir arrêt Reckitt Benckiser (España)/OHMI – Aladin (ALADIN) (point 45).

²⁷ Ibidem (point 46).

²⁸ Cela ressort de la jurisprudence issue de l'arrêt Mundipharma/OHMI – Altana Pharma (RESPICUR). Voir, également, point 32 de l'arrêt attaqué.

54. Une fois encore, je ne peux que me rallier à cette appréciation.

55. D'une part, celle-ci permet, à mon sens, de préserver au mieux les droits exclusifs dont bénéficie le titulaire de la marque antérieure. En effet, la définition d'une sous-catégorie autonome de produits tenant compte non seulement de la finalité, mais également de la nature et des caractéristiques particulières de ces derniers reviendrait à limiter d'une manière beaucoup trop stricte le champ matériel sur lequel s'exercent ces droits et, en particulier, les droits dont bénéficie ce dernier à développer et à étendre sa gamme de produits pour lesquels la marque antérieure est enregistrée. Si les critères tirés de la nature et des caractéristiques des produits sont, en soi, des critères importants, ils sont davantage pertinents au stade de la définition du public pertinent et de l'appréciation du risque de confusion.

56. D'autre part, je relève que la Cour a validé l'approche du Tribunal dans le cadre de l'appréciation du bien-fondé d'une limitation de produits proposée par un demandeur de marque au titre de l'article 43, paragraphe 1, du règlement n° 207/2009.

57. En effet, dans l'arrêt du 11 décembre 2014, OHMI/Kessel medintim²⁹, la Cour a jugé que le critère de la finalité et de la destination des produits en cause constituait un critère permettant de délimiter de manière suffisamment précise une sous-catégorie de produits visés par la demande d'enregistrement en tant que marque de l'Union européenne, satisfaisant ainsi à l'exigence de clarté requise à l'article 43, paragraphe 1, du règlement n° 207/2009³⁰. Ainsi que cela ressort implicitement du point 39 dudit arrêt³¹, la Cour a confirmé la jurisprudence dégagée par le Tribunal dans l'arrêt Mundipharma/OHMI – Altana Pharma (RESPICUR), selon laquelle la finalité du produit ou du service en cause constitue un critère décisif dans la définition d'une sous-catégorie de produits ou de services dans la mesure où le consommateur recherche, avant tout, un produit ou un service qui pourra répondre à ses besoins spécifiques³².

58. Rien ne s'oppose, à mon sens, à ce que l'analyse retenue par la Cour dans l'arrêt du 11 décembre 2014, OHMI/Kessel medintim³³, s'agissant de la définition d'une sous-catégorie de produits dans le cadre de l'application de l'article 43, paragraphe 1, du règlement n° 207/2009, soit transposée dans le cadre de l'application de l'article 42, paragraphe 2, de ce règlement. Il me semble, en effet, que la définition d'une sous-catégorie de produits, que ce soit dans le cadre d'une opposition ou d'une limitation, doit reposer sur des critères identiques, de façon à ce que cela puisse permettre de procéder, dans le cadre de l'appréciation du risque de confusion, à la comparaison des produits en cause, définis sur la base des mêmes critères.

59. Au vu de ces éléments, je pense, par conséquent, que la Cour devrait confirmer les règles et les principes que le Tribunal a dégagés dans les arrêts Reckitt Benckiser (España)/OHMI – Aladin (ALADIN) et Mundipharma/OHMI – Altana Pharma (RESPICUR), aux fins de la définition d'une sous-catégorie de produits et/ou de services dans le cadre de l'application de l'article 42, paragraphe 2, du règlement n° 207/2009.

60. À présent, il convient d'examiner le bien-fondé du premier moyen soulevé par la requérante, lequel s'articule en deux branches.

29 C-31/14 P, non publié, EU:C:2014:2436.

30 Voir point 37 de cet arrêt.

31 Audit point, la Cour se réfère expressément aux points 48 à 50 de l'arrêt du 8 novembre 2013, Kessel/OHMI – Janssen-Cilag (Premeno) (T-536/10, non publié, EU:T:2013:586). Or, ces points concluent le raisonnement adopté par le Tribunal figurant aux points 43 à 47 dudit arrêt.

32 Voir point 29 de cet arrêt.

33 C-31/14 P, non publié, EU:C:2014:2436.

b) Sur la première branche du premier moyen, tirée d'une application incorrecte de la méthode destinée à la détermination d'une sous-catégorie autonome de produits

61. Je rappelle que, par la première branche du premier moyen, la requérante soutient que, au point 34 de l'arrêt attaqué, le Tribunal a commis une erreur de droit en appréciant l'existence d'une sous-catégorie autonome de produits sur la seule base des produits visés dans les preuves d'usage communiquées par Taiga. Selon elle, le Tribunal aurait dû examiner si la marque antérieure était enregistrée pour une catégorie de produits suffisamment large pour que puissent être distinguées, en son sein, plusieurs sous-catégories susceptibles d'être envisagées de manière autonome.

62. J'estime que cette branche n'est pas fondée.

63. Dès lors que le titulaire de la marque antérieure a prouvé l'usage sérieux de cette marque pour une partie des produits pour lesquels celle-ci est enregistrée, la question de savoir si ces produits relèvent d'une sous-catégorie susceptible d'être envisagée de manière autonome doit être appréciée in concreto au regard, avant tout, de ces produits. Il ne s'agit donc pas de définir, de manière abstraite, des sous-catégories de produits, mais bien de mettre en perspective les produits sur lesquels il a été fait un usage sérieux de la marque antérieure par rapport à la catégorie des produits couverts par la demande d'enregistrement de cette marque.

64. Force est de constater, à la lecture des points 33 et 34 de l'arrêt attaqué, que le Tribunal a procédé ainsi. Il ressort, en effet, du point 33 de cet arrêt que le Tribunal a examiné si les articles visés dans les preuves d'usage communiquées par Taiga constituaient une sous-catégorie autonome « *par rapport* aux produits relevant de la classe 25 [au sens de l'arrangement de Nice] », c'est-à-dire par rapport à la catégorie plus générale des produits couverts par la marque antérieure. En concluant au point 34 de l'arrêt attaqué que ces articles « ne peuvent, en tout état de cause, être considérés comme "essentiellement différents" au sens de [l'arrêt Reckitt Benckiser (España)/OHMI – Aladin (ALADIN)] », le Tribunal a donc correctement mis en perspective les articles pour lesquels l'usage sérieux de la marque antérieure a été prouvé avec les produits relevant de la catégorie plus générale des vêtements pour lesquels cette marque a été enregistrée.

65. Je propose, par conséquent, à la Cour de rejeter cette première branche du premier moyen, comme étant non fondée.

c) Sur la seconde branche du premier moyen, tirée d'une application incorrecte des critères destinés à la détermination d'une sous-catégorie autonome de produits

66. La seconde branche du premier moyen se compose de deux griefs.

1) Sur le premier grief, relatif au critère de la finalité et de la destination des produits

67. Au soutien de son premier grief, la requérante reproche au Tribunal de ne pas avoir correctement appliqué le critère de la finalité et de la destination des produits en cause afin d'identifier une sous-catégorie cohérente de produits susceptible d'être envisagée de manière autonome. Elle soutient que le Tribunal n'a pas tenu compte des finalités différentes de ces produits ou des usages multiples auxquels ces derniers sont destinés aux fins d'une telle identification, les usages consistant, notamment, à « parer » ou à « protéger » le corps humain, s'excluant, selon elle, mutuellement.

68. Je pense que ce grief est recevable dans la mesure où la requérante conteste non pas les constatations du Tribunal quant à la finalité et la destination des produits pour lesquels un usage sérieux a été démontré, mais la manière dont le Tribunal a appliqué le critère de la finalité et de la destination aux fins de la détermination d'une sous-catégorie autonome de produits au sens de l'article 42, paragraphe 2, du règlement n° 207/2009.

69. La critique formulée par la requérante me semble, toutefois, sans fondement.

70. Le critère de la finalité et de la destination des produits n'a pas pour objectif de définir d'une manière abstraite ou artificielle des sous-catégories autonomes de produits, mais doit être appliqué d'une manière cohérente et concrète.

71. Or, un produit poursuit des finalités que le progrès et le savoir-faire tendent à multiplier. Les soins lavant, par exemple, ne sont plus seulement destinés au nettoyage de la peau, mais également au soin, médical ou non, de celle-ci. De la même façon, les produits vestimentaires remplissent au-delà de leur fonction première, à savoir couvrir, cacher ou bien encore protéger le corps humain contre les intempéries, une fonction esthétique commune, en contribuant à l'image extérieure du consommateur. Si ce dernier recherche un vêtement pour se protéger de la pluie, qu'il s'agisse d'un vêtement de dessus ou bien d'un chapeau, ou pour se protéger du froid, tels que des vêtements de dessous ou, bien encore des gants ou des chaussettes, il n'est pas exclu non plus qu'il recherche le vêtement le plus esthétique. Chacune de ces finalités ne peut évidemment être considérée isolément pour déterminer l'existence d'une sous-catégorie distincte de produits. Si tel était le cas, cela limiterait une fois encore les droits dont bénéficie le titulaire de la marque antérieure à élargir et enrichir sa gamme de produits. De surcroît cela découragerait manifestement la recherche et le développement que le droit de marque tend justement à encourager.

72. Dans l'arrêt attaqué, le Tribunal a donc eu raison, à mon sens, de ne pas distinguer les usages consistant à « protéger » le corps humain, à le « parer », ou bien encore à le « cacher » et à le « couvrir » auxquels sont destinés les produits vestimentaires, car, loin de s'exclure mutuellement, ces différents usages se combinent aux fins de la mise sur le marché de ces produits.

73. Je signale toutefois que ces différentes finalités constitueront un élément susceptible d'être pris en considération dans le cadre de l'appréciation du public pertinent, de son niveau d'attention, ainsi que du risque de confusion.

74. Au vu de ces éléments, je propose donc à la Cour de rejeter ce premier grief de la seconde branche du premier moyen, comme étant non fondé.

2) Sur le second grief, relatif aux critères tirés de la nature et des caractéristiques des produits en cause

75. Par le second grief, la requérante reproche au Tribunal de ne pas avoir dûment pris en considération le fait que les produits en cause s'adressaient à un public différent et qu'ils étaient, en outre, vendus dans des magasins également différents, de sorte que ces produits se distingueraient des produits vestimentaires visés par la marque demandée.

76. Il convient de rejeter, d'emblée, ce grief comme étant non fondé.

77. En effet, il ressort de la jurisprudence que je viens d'examiner que les critères autres que la finalité et la destination des produits en cause, tels que le public auquel ils s'adressent ou bien encore leur chaîne de distribution, ne sont, en règle générale, pas pertinents pour définir une sous-catégorie de produits susceptibles d'être envisagée de manière autonome. Dans ces circonstances, on ne saurait reprocher au Tribunal d'avoir commis une quelconque erreur de droit en ne tenant pas compte, aux fins de son appréciation, de ces critères.

78. Au vu de l'ensemble de ces considérations, je propose, par conséquent, à la Cour de rejeter le premier moyen du pourvoi comme étant non fondé.

B. Sur l'examen ciblé du second moyen

79. Conformément à la demande de la Cour, les présentes conclusions se limiteront à l'analyse de la deuxième branche de ce second moyen et, notamment, au troisième grief de celle-ci.

80. Afin de mieux appréhender le cadre dans lequel s'inscrit ce grief, je précise que, par son second moyen, la requérante soutient que le Tribunal a conclu à tort à l'existence d'un risque de confusion entre les marques en conflit. La première branche de ce moyen est tirée d'une appréciation erronée de la similitude, voire de l'identité, des produits en cause. La deuxième branche dudit moyen se compose, quant à elle, de trois griefs, portant sur l'appréciation de la similitude respectivement visuelle, phonétique et conceptuelle des signes en conflit. Enfin, la troisième branche du second moyen concerne l'appréciation globale du risque de confusion à laquelle le Tribunal a procédé.

81. S'agissant, en particulier, du troisième grief de la seconde branche du second moyen, celui-ci est tiré d'une appréciation erronée du Tribunal quant à la similitude conceptuelle des signes en conflit. La requérante critique, en substance, l'analyse du Tribunal aux termes de laquelle celui-ci a conclu que les différences conceptuelles entre la marque demandée et la marque antérieure n'avaient pas été établies sur le territoire de l'Union *pris dans son ensemble*, de sorte que celles-ci n'étaient pas en mesure de neutraliser les similitudes visuelles et phonétiques existant entre les signes en conflit.

82. Au soutien de ce grief, la requérante invoque deux arguments.

83. S'agissant du premier argument, la requérante critique l'analyse du Tribunal figurant au point 71 de l'arrêt attaqué, aux termes de laquelle celui-ci a constaté que la requérante n'était pas parvenue à démontrer que le terme « taïga » revêtait une signification précise pour les consommateurs moyens se situant au sud du continent européen ainsi que pour les consommateurs anglophones.

84. Selon la requérante, cette analyse est incorrecte. En effet, au point 18 de sa requête introductive d'instance devant le Tribunal, elle aurait approfondi cet argument et démontré de manière incontestée que ce terme fait partie du langage courant de la langue française et relève, de surcroît, de l'enseignement général à travers l'Europe compte tenu de la taille de l'espace auquel cette notion se rapporte.

85. À mon sens, cet argument est manifestement irrecevable.

86. Il convient de relever que, au point 71 de l'arrêt attaqué, le Tribunal a constaté qu'« aucun élément du dossier ne permet[tait] d'établir que le terme "taïga" revêt[ait] une signification précise et immédiate pour les consommateurs moyens qui se situ[ai]ent dans les parties du territoire de l'Union autres que le nord et l'est du continent européen et qui form[ai]ent une partie substantielle des consommateurs de l'Union » et qu'il en allait ainsi « notamment, des consommateurs moyens du sud du continent européen et des consommateurs anglophones ».

87. Or, il ressort d'une jurisprudence constante que le Tribunal est seul compétent pour apprécier la valeur qu'il convient d'attribuer aux éléments de preuve qui lui sont soumis. Ainsi, l'appréciation de ces éléments ne constitue pas, sous réserve du cas de leur dénaturation, une question de droit soumise, comme telle, au contrôle de la Cour dans le cadre d'un pourvoi³⁴.

³⁴ Voir arrêts du 5 septembre 2019, Union européenne/Guardian Europe et Guardian Europe/Union européenne (C-447/17 P et C-479/17 P, EU:C:2019:672, point 137 ainsi que jurisprudence citée), et du 13 novembre 2019, Outsource Professional Services/EUIPO (C-528/18 P, non publié, EU:C:2019:961, point 47 ainsi que jurisprudence citée).

88. Dans le cadre de son pourvoi, je constate que la requérante n'a pas établi, ni même allégué, que l'appréciation figurant au point 71 de l'arrêt attaqué reposait sur une dénaturation des éléments de preuve. Par ailleurs, je relève, à titre subsidiaire, que, contrairement à ce qu'elle allègue, la requérante n'a pas approfondi au point 18 de sa requête introductive d'instance les arguments exposés.

89. Par conséquent, ce premier argument doit être rejeté, selon moi, comme étant manifestement irrecevable.

90. S'agissant, à présent, du second argument, la requérante reproche au Tribunal d'avoir méconnu sa propre jurisprudence relative à l'appréciation de la similitude conceptuelle des signes en conflit.

91. Elle considère, en effet, que l'analyse figurant au point 67 de l'arrêt attaqué, au terme de laquelle le Tribunal a jugé que la requérante ne démontrait pas que le terme « taïga » revêtait une signification claire et déterminée dans la perspective du public pertinent composé des consommateurs de l'Union *pris dans leur ensemble*, ne trouve aucun appui dans la jurisprudence que celui-ci a expressément visée, à savoir l'arrêt du 14 octobre 2003, Phillips-Van Heusen/OHMI - Pash Textilvertrieb und Einzelhandel (BASS)³⁵. Par ailleurs, la requérante soutient que, conformément à l'arrêt du 11 décembre 2013, Eckes-Granini/OHMI – Panini (PANINI)³⁶, il serait suffisant qu'un terme soit compris dans une partie de l'Union seulement pour conclure à l'existence de différences conceptuelles entre les signes en conflit.

92. Après un examen de cette jurisprudence, j'estime qu'aucune de ces deux critiques n'est fondée.

93. En ce qui concerne la première critique, tirée d'un renvoi erroné à l'arrêt du 14 octobre 2003, Phillips-Van Heusen/OHMI - Pash Textilvertrieb und Einzelhandel (BASS)³⁷, il est utile de rappeler que, au point 54 de cet arrêt, le Tribunal a jugé que des différences conceptuelles entre les signes en conflit *sont de nature* à neutraliser, dans une large mesure, des similitudes visuelles et phonétiques si l'une des marques en cause a, dans la perspective du « public pertinent », une signification *claire et déterminée*, de sorte que ce public est susceptible de la saisir *immédiatement*.

94. Je tiens à faire remarquer, d'emblée, que, au regard des termes employés par le Tribunal dans ledit arrêt, celui-ci était en droit de conclure, dans l'arrêt attaqué, que, pour l'ensemble des consommateurs situés sur le territoire des 28 États membres de l'Union, le terme « taïga » n'allait pas *clairement et immédiatement* leur rappeler leur enseignement de géographie, de sorte qu'ils l'auraient associé avec facilité à la forêt boréale.

95. Ceci étant dit, je remarque effectivement que, dans l'arrêt du 14 octobre 2003, Phillips-Van Heusen/OHMI - Pash Textilvertrieb und Einzelhandel (BASS)³⁸, le Tribunal s'est référé au « public pertinent » sans aucune autre mention ni précision, alors que, au point 67 de l'arrêt attaqué, celui-ci a précisé qu'il s'agit du public pertinent « composé des consommateurs de l'Union pris dans leur ensemble ». C'est cette précision « pris dans leur ensemble » que conteste la requérante en l'espèce.

96. Or, je ne pense pas que, en ajoutant cette précision, le Tribunal ait méconnu sa jurisprudence ou commis une quelconque erreur de droit.

97. Ainsi que cela ressort du point 67 de l'arrêt attaqué, la précision « pris dans leur ensemble » tend à démontrer qu'il y a lieu de tenir compte de la perception des consommateurs situés *dans l'ensemble des États qui composent l'Union*. Elle permet ainsi au Tribunal de rejeter l'argument de la requérante tiré de la perception des consommateurs situés « dans beaucoup de pays [de l'Union] ».

³⁵ T-292/01, EU:T:2003:264.

³⁶ T-487/12, non publié, EU:T:2013:637.

³⁷ T-292/01, EU:T:2003:264.

³⁸ Idem.

98. Le Tribunal a ainsi fait une application de sa jurisprudence selon laquelle, « [l]orsque la protection de la marque antérieure s'étend à l'ensemble de l'Union européenne, il y a lieu de prendre en compte la perception des marques en conflit par le consommateur des produits en cause *sur ce territoire* »³⁹. Or, contrairement à l'affaire ayant donné lieu à l'arrêt du 14 octobre 2003, Phillips-Van Heusen/OHMI - Pash Textilvertrieb und Einzelhandel (BASS)⁴⁰, dans laquelle le public pertinent était composé de consommateurs allemands⁴¹, dans l'affaire au principal, le public pertinent est composé, ainsi que cela ressort des points 38 et 39 de l'arrêt attaqué, de consommateurs situés sur le territoire de l'Union.

99. Enfin, je relève que la référence à l'arrêt du 14 octobre 2003, Phillips-Van Heusen/OHMI - Pash Textilvertrieb und Einzelhandel (BASS)⁴², est précédée des termes « voir, en ce sens ». L'expression « en ce sens » témoigne de la volonté du Tribunal de se référer au principe dégagé dans l'arrêt visé tout en procédant à une application particulière de ce principe au cas d'espèce. Cette expression n'exigeait donc pas du Tribunal qu'il reprenne en des termes identiques le principe dégagé dans l'arrêt visé et lui permettait, au contraire, au point 67 de l'arrêt attaqué, de tenir compte des particularités du cas d'espèce.

100. Dans ces circonstances, il me semble que l'on ne saurait reprocher au Tribunal d'avoir commis une erreur en se référant au point 54 de l'arrêt du 14 octobre 2003, Phillips-Van Heusen/OHMI - Pash Textilvertrieb und Einzelhandel (BASS)⁴³.

101. En ce qui concerne la seconde critique, relative à une méconnaissance par le Tribunal de l'arrêt du 11 décembre 2013, Eckes-Granini/OHMI – Panini (PANINI)⁴⁴, je pense également qu'elle n'est pas fondée.

102. En effet, contrairement à ce que soutient la requérante, cet arrêt ne permet pas de déduire qu'il est suffisant qu'un terme soit compris dans une partie de l'Union pour conclure à l'existence de différences conceptuelles propres à neutraliser des similitudes visuelles et phonétiques existant entre les signes en conflit.

103. Il convient, à titre liminaire, de rappeler le cadre de l'affaire ayant donné lieu audit arrêt.

104. Dans cette affaire, le Tribunal était appelé à examiner s'il existait, auprès du public pertinent composé des consommateurs de l'Union, une différence conceptuelle claire entre l'élément « panini » objet de la marque demandée et l'élément « granini » objet de la marque antérieure.

105. Après avoir constaté, au préalable, que l'élément « granini » était dépourvu de signification, le Tribunal a examiné dans quelle mesure le public pertinent associait l'élément « panini » à un concept particulier. À cette fin, le Tribunal a distingué, premièrement, le public italophone qu'il a jugé parfaitement en mesure d'associer l'élément « panini » à des petits pains ou à des sandwiches faits à partir de ces petits pains et pour lequel il existait une différence conceptuelle claire entre les signes en conflit, deuxièmement, le public non italophone, tels que le public hispanophone ou français, également en mesure d'associer l'élément « panini » à un concept particulier et, enfin, troisièmement, le public pour lequel cet élément « panini » était en revanche dépourvu de toute signification⁴⁵.

39 Arrêt du 13 juin 2013, Hostel drap/OHMI – Aznar textil (MY drap) (T-636/11, non publié, EU:T:2013:314, point 22) (italique ajouté par mes soins).

40 T-292/01, EU:T:2003:264.

41 Point 43 de cet arrêt.

42 T-292/01, EU:T:2003:264.

43 Idem.

44 T-487/12, non publié, EU:T:2013:637.

45 Voir arrêt du 11 décembre 2013, Eckes-Granini/OHMI – Panini (PANINI) (T-487/12, non publié, EU:T:2013:637, point 56).

106. À l'issue de cette analyse, le Tribunal a confirmé l'appréciation de la chambre de recours, celle-ci ayant estimé que, dans certains États membres, comme en Italie et en Espagne, les signes en conflit étaient différents sur le plan conceptuel, alors que, dans d'autres États membres, où l'élément « panini » était dépourvu de signification, aucune comparaison entre les signes en conflit sur le plan conceptuel n'était possible⁴⁶.

107. Contrairement à ce que soutient la requérante, le Tribunal n'a donc pas soutenu dans l'arrêt du 11 décembre 2013, *Eckes-Granini/OHMI – Panini (PANINI)*⁴⁷, qu'il suffit qu'une partie seulement du public pertinent associe le terme en cause à un concept particulier pour conclure à l'existence de différences conceptuelles susceptibles de neutraliser des similitudes visuelles et phonétiques entre les signes en conflit.

108. Dans ces circonstances, on ne saurait reprocher au Tribunal d'avoir méconnu, dans l'arrêt attaqué, les règles appliquées dans l'arrêt du 11 décembre 2013, *Eckes-Granini/OHMI – Panini (PANINI)*⁴⁸.

109. Je précise que, dans l'arrêt attaqué, le Tribunal a, en réalité, suivi une grille d'analyse comparable à celle qu'il avait adoptée dans l'arrêt du 11 décembre 2013, *Eckes-Granini/OHMI – Panini (PANINI)*⁴⁹, puisqu'il a examiné dans quelle mesure le public pertinent, composé, je le rappelle, des consommateurs de l'Union, était en mesure d'associer le terme « taïga » à un concept particulier. Le Tribunal a distingué, notamment :

- les consommateurs se situant au nord et à l'est du continent européen en mesure *très probablement* d'associer le terme « taïga » à la forêt boréale et pour lesquels il existerait donc une différence conceptuelle entre les signes en conflit⁵⁰,
- des consommateurs « moyens » se situant dans les parties du territoire de l'Union autres que le nord et l'est du continent européen, en particulier, les consommateurs du sud de l'Europe et les consommateurs anglophones, lesquels forment une partie substantielle du public pertinent et *pour lesquels il n'avait pas été établi* qu'il existe une différence conceptuelle claire entre les signes en conflit⁵¹.

110. Dans la mesure où, conformément à la jurisprudence visée, la signification d'un terme doit être appréciée par rapport à la compréhension qu'en a le public pertinent dans son ensemble et ne doit pas être limitée à la seule perception des consommateurs composant une partie seulement du territoire pertinent, le Tribunal a, par conséquent, rejeté, au point 73 de l'arrêt attaqué, l'argument de la requérante selon lequel la signification du terme « taïga » était de nature à neutraliser les similitudes visuelles et phonétiques existant entre les signes en conflit. Ce faisant, il ne saurait être reproché au Tribunal d'avoir commis une erreur de droit.

111. Au vu de l'ensemble de ces considérations, je propose, par conséquent, de rejeter le troisième grief de la deuxième branche du second moyen, comme étant en partie manifestement irrecevable et en partie non fondé.

⁴⁶ Ibidem (point 58).

⁴⁷ T-487/12, non publié, EU:T:2013:637.

⁴⁸ Idem.

⁴⁹ Idem.

⁵⁰ Voir point 70 de l'arrêt attaqué.

⁵¹ Voir point 71 de l'arrêt attaqué.

VII. Conclusion

112. Au vu des considérations qui précèdent, je propose à la Cour, sans préjuger ni de la recevabilité, ni du bien-fondé des autres moyens du pourvoi formé par ACTC GmbH, ni du sort des dépens, de rejeter le premier moyen de ce pourvoi comme étant non fondé, ainsi que le troisième grief de la deuxième branche du second moyen dudit pourvoi comme étant en partie manifestement irrecevable et en partie non fondé.