

AVIS JURIDIQUE IMPORTANT: Les informations qui figurent sur ce site sont soumises à une clause de "non-responsabilité" et sont protégées par un copyright.

DOCUMENT DE TRAVAIL

ARRÊT DU TRIBUNAL (quatrième chambre)

6 mai 2008 (2)

« Marque communautaire – Procédure d’opposition – Demande de marque communautaire verbale REVERIE – Marque communautaire figurative antérieure Revert – Motif relatif de refus – Risque de confusion – Article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement (CE) n° 40/94 »

Dans l’affaire T-246/06,

Redcats SA, établie à Roubaix (France), représentée par M^e A. Bertrand, avocat,

partie requérante,

contre

Office de l’harmonisation dans le marché intérieur (marques, dessins et modèles) (OHMI), représenté par M. A. Folliard-Monguiral, en qualité d’agent,

partie défenderesse,

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

Manuel Revert & Cía, SA, établie à Onteniente (Espagne),

ayant pour objet un recours formé contre la décision de la quatrième chambre de recours de l’OHMI du 10 juillet 2006 (affaire R 171/2005 -4), relative à une procédure d’opposition entre Manuel Revert & Cía, SA et Redcats SA,

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

composé de M^{me} I. Wyszniowska-Bialecka (rapporteur), faisant fonction de président, MM. E. Moavero Milanesi et N. Wahl, juges,

greffier : M^{me} C. Kristensen, administrateur,

vu la requête déposée au greffe du Tribunal le 8 septembre 2006,

vu le mémoire en réponse déposé au greffe du Tribunal le 14 novembre 2006,

à la suite de l’audience du 24 octobre 2007,

rend le présent

Arrêt

Antécédents du litige

- 1 Le 26 mars 2001, la requérante, titulaire de la marque verbale française REVERIE, a présenté une demande de dépôt de marque communautaire à l'Office de l'harmonisation dans le marché intérieur (marques, dessins et modèles) (OHMI) en vertu du règlement (CE) n° 40/94 du Conseil, du 20 décembre 1993, sur la marque communautaire (JO 1994, L 11, p. 1), tel que modifié.
- 2 La marque dont l'enregistrement a été demandé est le signe verbal REVERIE.
- 3 Les produits pour lesquels l'enregistrement a été demandé relèvent des classes 16, 20 et 24 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 aux descriptions suivantes :
 - classe 16 : « Papier et carton (brut, mi-ouvré ou pour la papeterie ou l'imprimerie) ; produits de l'imprimerie ; photographies ; papeterie ; caractères d'imprimerie ; clichés ; catalogues de vente par correspondance » ;
 - classe 20 : « Lits, sommiers, matelas » ;
 - classe 24 : « Draps, couvertures, couettes, taies d'oreillers ».
- 4 La demande de marque communautaire a été publiée au *Bulletin des marques communautaires* n° 85/2001, du 1^{er} octobre 2001.
- 5 Le 28 décembre 2001, Manuel Revert & Cía, SA a formé une opposition à l'encontre de l'enregistrement de la marque demandée pour tous les produits compris dans les classes 20 et 24, en invoquant l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 40/94. L'opposition était fondée sur tous les produits et les services couverts par l'enregistrement communautaire n° 55061 de la marque figurative suivante :



- 6 L'enregistrement de cette marque avait été demandé le 1^{er} avril 1996 et accordé le 5 mai 1998 pour les produits et les services suivants :
 - classe 24 : « Tissus et produits textiles non compris dans d'autres classes ; couvertures de lit et de table, y compris couvertures, couvre-lits et draps » ;
 - classe 25 : « Vêtements confectionnés pour l'extérieur et l'intérieur ; chaussures, ceintures » ;
 - classe 39 : « Service de transport, emballage, entreposage et distribution de produits ».
- 7 Par décision du 14 décembre 2004, la division d'opposition de l'OHMI a fait droit à l'opposition dans la mesure où elle visait les « draps, couvertures, couettes, taies d'oreillers » compris dans la classe 24. Elle a considéré que ces produits étaient soit identiques, soit très semblables aux produits désignés par la marque antérieure relevant de la même classe et que les signes en conflit présentaient une certaine similitude visuelle et phonétique.
- 8 Le 10 février 2005, la requérante a formé un recours auprès de l'OHMI, dirigé contre la décision de la division d'opposition.

9 Par décision du 10 juillet 2006 (ci-après la « décision attaquée »), la quatrième chambre de recours de l'OHMI a rejeté le recours. Elle a considéré que, d'une part, tous les produits désignés par la marque dont l'enregistrement est demandé et compris dans la classe 24 étaient identiques aux produits désignés par la marque antérieure et compris dans cette même classe et, d'autre part, les signes en conflit étaient similaires sur le plan visuel, similaires sur le plan phonétique en allemand et en espagnol et, si leurs éléments verbaux pouvaient avoir une signification dans certains États membres, ce ne serait pas le cas en Allemagne, en Autriche et en Espagne. Elle en a déduit qu'un risque de confusion existait dans ces trois États.

Conclusions des parties

10 La requérante conclut à ce qu'il plaise au Tribunal annuler la décision attaquée.

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

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

En droit

12 À l'appui de son recours, la requérante soulève un moyen unique, tiré de la violation de l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 40/94.

Arguments des parties

13 La requérante admet que les produits en cause sont similaires, voire identiques. Elle conteste toutefois l'analyse de la chambre de recours s'agissant de la similitude des signes.

14 Premièrement, en comparant les signes sur le plan visuel, la chambre de recours aurait pris en compte le seul élément verbal de la marque antérieure. Or, selon la jurisprudence, elle serait tenue d'apprécier la marque dans son ensemble. La pratique constante de l'OHMI consisterait également à ne pas distinguer les différents éléments composant un signe. En outre, l'élément figuratif de la marque antérieure aurait une taille importante et un contenu conceptuel fort. Ainsi, tout consommateur observant les signes en conflit remarquerait d'abord cet élément figuratif. De surcroît, l'OHMI n'aurait pas pu supposer que les consommateurs n'en tiendraient pas compte, cela n'ayant pas été établi par l'autre partie à la procédure devant la chambre de recours de l'OHMI.

15 Deuxièmement, la comparaison des signes sur les plans phonétique et conceptuel devrait se faire en appréciant la marque dont l'enregistrement est demandé au regard de la langue française, car il s'agit d'une marque enregistrée en France par une société française, et la marque antérieure au regard de la langue espagnole, car il s'agit notamment de la dénomination sociale d'une société de droit espagnol. Les éléments verbaux des marques en conflit seraient donc différents. D'une part, la marque dont l'enregistrement est demandé se prononcerait « rêvri » en français et désignerait une « activité de l'esprit », mais se prononcerait « rébéri » en espagnol et n'aurait aucune signification dans cette langue. D'autre part, l'élément verbal de la marque antérieure se prononcerait « ribert » en espagnol et « revèr » en français et, dans cette dernière langue, il serait phonétiquement proche du terme « revers », synonyme de « dos ». Une différence phonétique et conceptuelle existerait également en anglais. Le mot « reverie » serait prononcé comme en français « rêvri » et désignerait un rêve diurne, tandis que le mot « revert » serait prononcé « riveurt » et désignerait l'action de faire demi-tour.

16 Troisièmement, l'appréciation du risque de confusion devrait s'effectuer par référence à un consommateur moyen normalement informé et raisonnablement attentif et avisé qui n'a pas forcément les marques en cause devant lui. Un tel consommateur aurait généralement une bonne connaissance de la langue anglaise et, souvent, d'une autre langue étrangère, telle que le français ou l'espagnol. L'appréciation du risque de confusion devrait en outre, selon la jurisprudence, se faire en procédant à une comparaison des deux marques fondée sur l'impression d'ensemble produite par chacune d'elles, en

prenant en considération leurs caractères distinctifs et, le cas échéant, en tenant compte de l'élément dominant et non distinctif de la marque. En l'espèce, les marques en conflit seraient distinctives et les consommateurs francophones, anglophones et hispanophones percevraient clairement leurs différences visuelles, phonétiques et conceptuelles.

- 17 Contrairement à ce qu'aurait soutenu l'autre partie à la procédure devant la chambre de recours de l'OHMI, il ne pourrait y avoir un risque de confusion du fait que la marque dont l'enregistrement est demandé serait proche du terme français « rêverie », qui dérive du verbe « rêver », lequel serait semblable à la marque antérieure Revert. Il conviendrait de comparer les marques telles qu'elles sont enregistrées, et non à la lumière de leurs origines ou racines linguistiques. De plus, la lettre « t » terminant le mot « revert » lui donnerait une apparence inhabituelle et empêcherait tout risque de confusion pour le consommateur français. De surcroît, le risque de confusion devrait être avéré et dûment établi, et non être simplement hypothétique ou lointain. Ce ne serait pas le cas en l'espèce.
- 18 Lors de l'audience, la requérante a ajouté que la perception des marques en conflit qu'aurait le consommateur germanophone n'est pas pertinente en l'espèce. Elle a également ajouté que, en toute hypothèse, il n'existe pas non plus de risque de confusion en Allemagne et en Autriche, notamment car le consommateur germanophone connaît la signification du mot « reverie ».
- 19 Enfin, la requérante a indiqué, en réponse à une question posée par le Tribunal pendant l'audience, qu'elle considérait comme recevables tant son recours que ses arguments relatifs à la perception des marques en conflit en Allemagne et en Autriche, présentés pour la première fois lors de l'audience, ce dont le Tribunal a pris acte.
- 20 L'OHMI soutient que le recours est irrecevable, car la requête ne satisfait pas aux exigences de l'article 44, paragraphe 1, sous c), du règlement de procédure du Tribunal. Dès lors que la chambre de recours a conclu que les signes en conflit étaient similaires tant du point de vue visuel que du point de vue phonétique, à tout le moins en Allemagne, en Autriche et en Espagne, et qu'il serait suffisant qu'un motif relatif de refus existe dans une partie de la Communauté pour que l'enregistrement soit refusé, la requête aurait dû exposer les arguments de fait et de droit liés à la démonstration du caractère erroné de cette conclusion de la chambre de recours. Or, la requérante n'avancerait dans la requête aucun élément s'agissant de la perception des signes en conflit par le public pertinent en Allemagne et en Autriche. En outre, selon la jurisprudence, l'absence de tels éléments dans la requête ne pourrait être palliée par la suite.
- 21 Lors de l'audience, l'OHMI a indiqué, en réponse à une question du Tribunal, que, même si le recours en tant que tel pouvait être recevable, les arguments présentés par la requérante lors de l'audience à propos de l'Allemagne et de l'Autriche étaient irrecevables, ce dont le Tribunal a pris acte.
- 22 Quant au fond, l'OHMI fait valoir que la chambre de recours n'a pas violé l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 40/94.

Appréciation du Tribunal

- 23 En vertu de l'article 21, premier alinéa, du statut de la Cour de justice, applicable à la procédure devant le Tribunal conformément à l'article 53, premier alinéa, du même statut, et de l'article 44, paragraphe 1, sous c), du règlement de procédure, toute requête introductive d'instance doit indiquer, notamment, l'exposé sommaire des moyens invoqués. Cette indication doit être suffisamment claire et précise pour permettre à la partie défenderesse de préparer sa défense et au Tribunal de statuer sur le recours. Il en va de même pour toute conclusion, qui doit être assortie de moyens et d'arguments permettant, tant à la partie défenderesse qu'au juge, d'en apprécier le bien-fondé. Ainsi, les éléments essentiels de fait et de droit sur lesquels un recours est fondé doivent ressortir, à tout le moins sommairement, mais d'une façon cohérente et compréhensible, du texte de la requête elle-même [ordonnance du Tribunal du 29 novembre 1993, Koelman/Commission, T-56/92, Rec. p. II-1267, point 21, et arrêt du Tribunal du 16 mai 2007, Trek Bicycle/OHMI – Audi (ALLTREK), T-158/05, non publié au Recueil, points 34 et 35].
- 24 Dès lors, le Tribunal est tenu de rejeter comme irrecevable un chef de conclusions de la requête qui lui est présentée dès lors que les éléments essentiels de fait et de droit sur lesquels ce chef de conclusions est fondé ne ressortent pas d'une façon cohérente et compréhensible du texte de cette requête elle-

même. De plus, l'absence de tels éléments dans la requête ne peut être palliée par leur présentation lors de l'audience (arrêt de la Cour du 18 juillet 2006, Rossi/OHMI, C-214/05 P, Rec. p. I-7057, point 37), dans la mesure où cela aurait pour effet d'élargir l'objet du litige tel qu'il a été défini dans la requête, en violation de l'article 48, paragraphe 2, du règlement de procédure, qui interdit la production de moyens nouveaux en cours d'instance, à moins que ces moyens ne se fondent sur des éléments de droit et de fait qui se sont révélés pendant la procédure [voir, en ce sens, arrêt Rossi/OHMI, précité, points 38 à 40, et arrêt du Tribunal du 1^{er} mars 2005, Sergio Rossi/OHMI – Sissi Rossi (SISSI ROSSI), T-169/03, Rec. p. II-685, points 45 et 46].

25 En l'espèce, il est constant que la requérante conclut à l'annulation de la décision attaquée, mais qu'elle n'a présenté, dans la requête, aucun argument tendant à contester l'appréciation de la chambre de recours selon laquelle les marques en conflit sont, en allemand, similaires sur le plan phonétique mais pas susceptibles de faire l'objet d'une comparaison conceptuelle. Elle fait toutefois valoir dans la requête que les marques en conflit ne sont pas similaires sur le plan visuel. Or, au vu de la jurisprudence (voir, en ce sens, à propos de la seule similitude phonétique, arrêt de la Cour du 22 juin 1999, Lloyd Schuhfabrik Meyer, C-342/97, Rec. p. I-3819, point 28), il ne peut être exclu que cette seule absence éventuelle de similitude visuelle puisse suffire pour exclure tout risque de confusion, y compris en Allemagne et en Autriche. Il s'ensuit que, contrairement à ce que soutient l'OHMI, la requérante a bien présenté des arguments au soutien de sa conclusion tendant à l'annulation de la décision attaquée. Partant, le recours est recevable.

26 Cependant, il résulte également de la jurisprudence rappelée au point 24 ci-dessus que les arguments présentés par la requérante lors de l'audience à propos des comparaisons phonétique et conceptuelle des marques en conflit en Allemagne et en Autriche sont irrecevables, dans la mesure où ils élargissent l'objet du litige tel qu'il a été défini dans la requête et dans la mesure où leur présentation n'est pas liée à des éléments de fait et de droit qui se sont révélés pendant la procédure. Par conséquent, c'est au vu des seuls arguments présentés dans la requête que le bien-fondé du recours sera analysé.

27 Aux termes de l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 40/94, sur opposition du titulaire d'une marque antérieure, la marque demandée est refusée à l'enregistrement lorsque, en raison de son identité ou de sa similitude avec la marque antérieure et en raison de l'identité ou de la similitude des produits ou des services que les deux marques désignent, il existe un risque de confusion dans l'esprit du public du territoire sur lequel la marque antérieure est protégée. Par ailleurs, il convient d'entendre par marques antérieures, en vertu de l'article 8, paragraphe 2, sous a), i), du règlement n° 40/94, les marques communautaires dont les dates de dépôt sont antérieures à celle de la demande de marque communautaire.

28 En outre, même si l'article 8 du règlement n° 40/94 ne contient pas de disposition semblable à celle de l'article 7, paragraphe 2, du même règlement, selon laquelle il suffit, pour refuser l'enregistrement d'une marque, qu'un motif absolu de refus existe dans une partie de la Communauté, il y a lieu de considérer, au vu du caractère unitaire de la marque communautaire, consacré à l'article 1^{er}, paragraphe 2, du règlement n° 40/94, que ce principe s'applique, par analogie, également au cas d'un motif relatif de refus au sens de l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 40/94. Il s'ensuit que l'enregistrement doit être refusé même si le motif relatif de refus n'existe que dans une partie de la Communauté [arrêt du Tribunal du 3 mars 2004, Mülhens/OHMI – Zirh International (ZIRH), T-355/02, Rec. p. II-791, points 35 et 36].

29 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. 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, en tenant compte de tous les facteurs caractérisant le cas d'espèce, notamment de l'interdépendance entre la similitude des signes et celle des produits ou des services désignés [arrêts du Tribunal du 9 juillet 2003, Laboratorios RTB/OHMI – Giorgio Beverly Hills (GIORGIO BEVERLY HILLS), T-162/01, Rec. p. II-2821, points 30 à 32, et du 11 juillet 2007, Mülhens/OHMI – Minoronzoni (TOSCA BLU), T-150/04, non encore publié au Recueil, points 25 et 26].

30 Aux fins de cette appréciation globale, le consommateur moyen est censé être normalement informé et raisonnablement attentif et avisé. Il y a cependant lieu de prendre en considération le fait que le niveau d'attention du consommateur moyen est susceptible de varier en fonction de la catégorie de produits ou

de services en cause et le fait que le consommateur n'a que rarement la possibilité de procéder à une comparaison directe des différentes marques, mais doit se fier à l'image imparfaite de celles-ci qu'il a gardée en mémoire [arrêt Lloyd Schuhfabrik Meyer, point 25 supra, point 26, et arrêt du Tribunal du 30 juin 2004, BMI Bertollo/OHMI – Diesel (DIESELIT), T-186/02, Rec. p. II-1887, point 38].

31 En l'espèce, la protection de la marque antérieure s'étend à l'ensemble de la Communauté. C'est donc la perception des marques en conflit par le consommateur des produits en cause sur l'ensemble de ce territoire qu'il convient de considérer. Par ailleurs, les produits en cause étant des produits de consommation courante, le public pertinent au regard duquel l'appréciation du risque de confusion doit être effectuée est, comme l'a à juste titre relevé la chambre de recours, composé de consommateurs moyens, normalement informés et raisonnablement attentifs et avisés.

32 La similitude ou l'identité des produits en cause étant admise par les parties, il y a lieu de procéder à la comparaison des seules marques en conflit.

33 Selon la jurisprudence, deux marques sont similaires lorsque, du point de vue du public pertinent, il existe entre elles une égalité au moins partielle en ce qui concerne un ou plusieurs aspects pertinents [arrêts du Tribunal du 23 octobre 2002, Matratzen Concord/OHMI – Hukla Germany (MATRATZEN), T-6/01, Rec. p. II-4335, point 30, et du 18 octobre 2007, Ekabe International/OHMI – Ebro Puleva (OMEGA3), T-28/05, non encore publié au Recueil, point 54].

34 L'appréciation globale du risque de confusion doit, en ce qui concerne la similitude visuelle, phonétique ou conceptuelle des marques en conflit, être fondée sur l'impression d'ensemble produite par celles-ci, en tenant compte, notamment, de leurs éléments distinctifs et dominants (arrêt de la Cour du 11 novembre 1997, SABEL, C-251/95, Rec. p. I-6191, point 23, et arrêt OMEGA3, point 33 supra, point 54). Les similitudes visuelle et phonétique des marques en conflit peuvent en outre être neutralisées par des différences sur le plan conceptuel. Il faut pour cela qu'au moins une des marques en cause ait une signification claire et déterminée pour le public pertinent de sorte que ce dernier soit susceptible de la saisir immédiatement et que l'autre marque n'ait pas une telle signification ou ait une signification entièrement différente [arrêts du Tribunal du 17 mars 2004, El Corte Inglés/OHMI – González Cabello et Iberia Líneas Aéreas de España (MUNDICOR), T-183/02 et T-184/02, Rec. p. II-965, point 93, et du 15 février 2007, Bodegas Franco-Españolas/OHMI – Companhia Geral da Agricultura das Vinhas do Alto Douro (ROYAL), T-501/04, non publié au Recueil, point 46].

35 Par ailleurs, peuvent être considérées comme étant similaires une marque complexe et une autre marque, identique ou présentant une similitude avec l'un des composants de la marque complexe, lorsque 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. Cette approche ne revient pas à prendre en considération uniquement un composant d'une marque complexe et à le comparer à une autre marque. Il y a lieu, au contraire, d'opérer une telle comparaison en examinant les marques en cause, considérées chacune dans leur ensemble [arrêt MATRATZEN, point 33 supra, points 33 et 34, et arrêt du Tribunal du 8 février 2007, Quelle/OHMI – Nars Cosmetics (NARS), T-88/05, non publié au Recueil, point 57] et ce n'est que si tous les autres composants de la marque complexe sont négligeables que l'appréciation de la similitude pourra se faire sur la seule base de l'élément dominant (arrêts de la Cour du 12 juin 2007, OHMI/Shaker, C-334/05 P, Rec. p. I-4529, point 42, et du 20 septembre 2007, Nestlé/OHMI, C-193/06 P, non encore publié au Recueil, point 43).

36 De plus, s'agissant de l'appréciation du caractère dominant d'un ou de plusieurs composants déterminés d'une marque complexe, il convient de prendre en compte, notamment, les qualités intrinsèques de chacun de ces composants en les comparant à celles des autres composants. En outre, et de manière accessoire, peut être prise en compte la position relative des différents composants dans la configuration de la marque complexe (arrêts MATRATZEN, point 33 supra, point 35, et NARS, point 35 supra, point 58).

37 En l'espèce, sont en conflit, d'une part, une marque figurative, constituée de la représentation d'une tête de félin, probablement un tigre, vue de profil et se détachant en blanc sur un fond carré noir, avec, à sa droite, aligné avec le haut de l'élément figuratif, le mot « revert » présenté sous une forme rectangulaire, souligné et écrit en lettres capitales relativement espacées, ces deux éléments occupant

une superficie équivalente, et, d'autre part, une marque verbale, REVERIE.

- 38 Ainsi, bien que l'élément figuratif de la marque antérieure occupe une place aussi importante dans cette dernière que son élément verbal et se détache visuellement du fait de ses couleurs contrastées noir et blanc, il n'en reste pas moins difficilement saisissable. En effet, l'animal représenté n'est pas aisément identifiable. En revanche, l'élément verbal de la marque antérieure est à la fois immédiatement perceptible, du fait qu'il est souligné et se détache clairement de l'élément figuratif, et immédiatement compréhensible, du fait qu'il est à la fois court et écrit en lettres capitales espacées, dans une police de caractères très lisible.
- 39 Il s'ensuit que l'élément figuratif de la marque antérieure n'est pas négligeable au sens de la jurisprudence citée à la fin du point 35 ci-dessus. Par suite, l'élément verbal de cette marque ne peut pas servir de référence unique afin d'effectuer la comparaison de la marque antérieure avec la marque dont l'enregistrement est demandé et cette comparaison doit donc être effectuée au vu des marques en conflit considérées chacune dans leur ensemble. Toutefois, cet élément verbal étant plus facilement reconnaissable que l'élément figuratif, il est susceptible de dominer l'impression d'ensemble produite dans la mémoire du public pertinent par la marque antérieure. C'est au vu de ces constatations qu'il convient d'apprécier si la chambre de recours n'a pas commis d'erreur en appréciant la similitude des marques en conflit.
- 40 S'agissant de la comparaison visuelle, la chambre de recours a constaté, au point 16 de la décision attaquée, que la marque antérieure était composée à la fois d'un élément verbal et d'un élément figuratif, mais elle a considéré que l'attention du consommateur se concentrera sur l'élément verbal de la marque antérieure, « plus facile à saisir et à retenir » et en a déduit que « l'élément verbal [...] éclips[e] clairement l'élément figuratif dans l'esprit du consommateur ». Elle a ensuite constaté que les cinq premières lettres de cet élément verbal coïncidaient avec les cinq premières lettres de la marque dont l'enregistrement est demandé et a rappelé que « le début d'une marque revêt une importance toute particulière pour déterminer la façon dont un signe est perçu par les consommateurs concernés ». Elle en a conclu que, « malgré l'existence de certaines différences, les signes en cause [étaient] semblables du point de vue visuel ».
- 41 Ainsi, contrairement à ce que soutient la requérante, la chambre de recours n'a pas procédé à la comparaison visuelle des marques en conflit au regard du seul élément verbal de la marque antérieure et, partant, elle n'a pas supposé que le public pertinent ne tiendrait pas compte de l'élément figuratif. Au contraire, elle a considéré la marque antérieure dans son ensemble et a constaté, au vu des éléments la composant, que son impression visuelle d'ensemble serait, dans l'esprit du consommateur, dominée par son élément verbal, semblable à la marque dont l'enregistrement est demandé, tout en reconnaissant expressément l'existence de certaines différences entre les marques en conflit.
- 42 Cette analyse doit être approuvée. En effet, bien qu'il ait été constaté au point 39 ci-dessus que l'élément verbal de la marque antérieure n'est pas dominant en ce sens que cet élément pourrait servir d'unique référence pour comparer la marque antérieure avec la marque dont l'enregistrement est demandé, il n'en reste pas moins que l'impression visuelle d'ensemble produite par la marque antérieure est, en l'espèce, dominée par cet élément verbal et que la marque dont l'enregistrement est demandé présente ainsi des similitudes visuelles évidentes avec la marque antérieure.
- 43 En effet, d'une part, les cinq premières lettres de l'élément verbal de la marque antérieure sont identiques aux cinq premières lettres composant la marque dont l'enregistrement est demandé. De plus, la lettre « t », dernière lettre de cet élément verbal, n'est pas fortement différente, sur le plan visuel, de la lettre « i », sixième lettre de la marque dont l'enregistrement est demandé. Cette dernière ne comporte en outre qu'une seule lettre de plus que l'élément verbal de la marque antérieure. D'autre part, comme il a été indiqué ci-dessus, bien que l'élément figuratif de la marque antérieure produise incontestablement une impression visuelle certaine, il est trop difficilement saisissable pour dominer l'image de cette marque que le public gardera en mémoire. Ce seul élément ne suffit donc pas à établir l'existence de différences susceptibles de contrebalancer la similitude visuelle des marques en conflit résultant de la très grande similitude de l'élément verbal de la marque antérieure et de la marque dont l'enregistrement est demandé.
- 44 Il s'ensuit que la chambre de recours a correctement conclu que, « malgré l'existence de certaines différences, les signes en cause sont semblables du point de vue visuel ».

- 45 S'agissant des comparaisons phonétique et conceptuelle des marques en conflit, il convient de préciser, à titre liminaire, que, contrairement à ce que soutient la requérante, c'est au vu de l'ensemble des langues parlées par le public pertinent, soit, en l'espèce, l'ensemble des langues communautaires (voir point 31 ci-dessus), et non au vu des seules langues française et anglaise, que ces comparaisons doivent être effectuées. Il y a également lieu de rappeler que, ainsi qu'il ressort du point 38 ci-dessus, l'élément figuratif de la marque antérieure est difficilement identifiable. Partant, il n'a pas de signification claire et déterminée qui pourrait être immédiatement saisie par le public pertinent et, dès lors, il n'est pas susceptible d'influer sur la comparaison conceptuelle des marques en conflit considérées chacune dans leur ensemble.
- 46 La chambre de recours a constaté, respectivement aux points 17 et 18 de la décision attaquée, que les marques en conflit étaient similaires sur le plan phonétique en allemand et en espagnol et ne pouvaient faire l'objet d'une comparaison conceptuelle dans ces deux langues. Cependant, si la requérante a présenté, dans la requête, des arguments tendant à remettre en cause ces appréciations de la chambre de recours dans la mesure où elles sont relatives à la langue espagnole et a présenté des arguments relatifs à ces comparaisons en ce qui concerne la langue française, elle n'a pas utilement contesté ces appréciations s'agissant de la langue allemande (voir point 26 ci-dessus). Par conséquent, même à supposer que ces arguments puissent être accueillis, ils n'auraient pas d'impact sur les conclusions de la chambre de recours relatives au public germanophone. Ils doivent donc être rejetés comme inopérants et, par suite, la similitude phonétique des marques en conflit en allemand et l'absence de possibilité de comparaison conceptuelle de ces marques dans cette même langue, laquelle exclut toute possibilité de neutralisation des similitudes visuelle et phonétique, doivent être considérées comme établies.
- 47 Enfin, s'agissant du risque de confusion, la chambre de recours a considéré, aux points 22 à 24 de la décision attaquée, que les marques en conflit, « chacune considérée dans sa globalité », étaient « semblables tant du point de vue visuel que du point de vue phonétique, à tout le moins en Allemagne, en Autriche et en Espagne » et que, considérant l'identité des produits en cause, l'existence d'un risque de confusion était établie en Allemagne, en Autriche et en Espagne.
- 48 Or, il résulte de ce qui précède que la chambre de recours a à bon droit conclu que les marques en conflit étaient similaires sur le plan visuel et que la requérante n'a contesté ni la similitude ou l'identité des produits en cause ni la similitude phonétique et l'absence de possibilité de comparaison conceptuelle des marques en conflit en allemand, dont la connaissance par le public pertinent n'a d'ailleurs pas été mise en doute par la chambre de recours. La requérante n'a pas davantage contesté que le public pertinent a un degré d'attention moyen. La chambre de recours n'a donc pas commis d'erreur en concluant que l'existence d'un risque de confusion était établie notamment en Allemagne et en Autriche.
- 49 En outre, il y a lieu de relever que, contrairement à ce que fait valoir la requérante, l'OHMI n'était pas tenu d'apporter de preuve concrète de l'existence d'un risque de confusion dans l'esprit du public pertinent, l'examen du risque de confusion auquel les instances de l'OHMI sont amenées à procéder étant un examen prospectif et objectif, poursuivant un but d'intérêt général [voir, en ce sens, arrêts de la Cour du 15 mars 2007, T.I.M.E. ART/Devinlec et OHMI, C-171/06 P, non publié au Recueil, point 59, et du Tribunal du 12 janvier 2006, Devinlec/OHMI – TIME ART (QUANTUM), T-147/03, Rec. p. II-11, points 104 et 105].
- 50 Au vu de ce qui précède, la violation alléguée de l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 40/94 n'est pas établie. Partant, le moyen unique doit être rejeté, ainsi que le recours dans son ensemble.

Sur les dépens

- 51 Aux termes de l'article 87, paragraphe 2, du règlement de procédure, toute partie qui succombe est condamnée aux dépens, s'il est conclu en ce sens. La requérante ayant succombé, 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) **Redcats SA est condamnée aux dépens.**

Wiszniewska-Bialecka

Moavero Milanesi

Wahl

Ainsi prononcé en audience publique à Luxembourg, le 6 mai 2008.

Le greffier

Le président faisant
fonction

E. Coulon

I. Wiszniewska-Bialecka

* Langue de procédure : l'anglais.