



association des praticiens du droit des marques et des modèles

## FLASH APRAM n° 238 – EAU DE COLOGNE

**Tribunal UE, 25 novembre 2014, T-556/13, *Verband der Kölnisch-Wasser Hersteller / OHMI (ORIGINALE EAU DE COLOGNE)*, EU:T:2014:984**

Cher Amis,

Voici un sujet qu'on ne rencontre pas tous les jours : celui des marques communautaires **collectives**.

Le Verband der Kölnisch-Wasser, établi à Cologne, a demandé que la marque verbale ORIGINALE EAU DE COLOGNE soit enregistrée comme marque collective pour de la « Kölnisch Wasser » (en classe 3). L'OHMI a refusé l'enregistrement, notamment sur la base de l'article 7, § 1<sup>er</sup>, c (indication descriptive) et d (désignation habituelle du produit concerné), RMC.

La requérante conteste le refus en invoquant l'article 66, § 2, RMC qui prévoit, pour les marques collectives, une dérogation à l'article 7, § 1<sup>er</sup>, c, RMC, en permettant l'enregistrement d'indications de provenance géographique.

Le Tribunal rejette l'argumentation de la requérante. L'élément « EAU DE COLOGNE » désigne, selon plusieurs dictionnaires, un type particulier de parfum, en l'occurrence l'eau de Cologne. L'ajout de la caractéristique « ORIGINALE » pour indiquer son caractère authentique n'y change rien et ne permet pas au public de percevoir la marque prise dans son ensemble comme une indication que le produit en cause provient de la ville de Cologne. Ainsi qu'il ressort d'un arrêt du *Bundesgerichtshof* (Cour fédérale de justice, Allemagne), l'expression « EAU DE COLOGNE » n'est pas considérée comme une indication de provenance géographique.

En conséquence, le fait que le signe ORIGINALE EAU DE COLOGNE puisse être utilisé pour des produits, indépendamment du fait qu'ils proviennent ou non de la ville de Cologne n'est pas trompeur, puisque ce signe n'est, selon le Tribunal, pas perçu comme une indication géographique.

Moralité parfumée : l'eau de Cologne ne provient pas nécessairement de Cologne.

Equipe FLASH

Tanguy de Haan – Agnès Hasselmann-Raguet – Stève Félix – Guillaume Marchais

## DOCUMENT DE TRAVAIL

ARRÊT DU TRIBUNAL (troisième chambre)

25 novembre 2014 (\*)

« Marque communautaire – Demande de marque communautaire collective verbale Original Eau de Cologne – Motifs absolus de refus – Article 7, paragraphe 1, sous b), c) et d), du règlement (CE) n° 207/2009 »

Dans l'affaire T-556/13,

**Verband der Kölnisch-Wasser Hersteller eV**, établie à Cologne (Allemagne), représentée par M<sup>e</sup> T. Schulte-Beckhausen, avocat,

partie requérante,

contre

**Office de l'harmonisation dans le marché intérieur (marques, dessins et modèles) (OHMI)**, représenté par M<sup>me</sup> D. Walicka, en qualité d'agent,

partie défenderesse,

ayant pour objet un recours formé contre la décision de la quatrième chambre de recours de l'OHMI du 21 août 2013 (affaire R 2064/2012-14), concernant une demande d'enregistrement du signe verbal Originale Eau de Cologne comme marque communautaire,

LE TRIBUNAL (troisième chambre),

composé de MM. S. Papasavvas (rapporteur), président, N. J. Forwood et E. Bieliūnas, juges,  
greffier : M<sup>me</sup> C. Heeren, administrateur,

vu la requête déposée au greffe du Tribunal le 22 octobre 2013,

vu le mémoire en réponse déposé au greffe du Tribunal le 18 décembre 2013,

vu la décision du 3 février 2014 refusant d'autoriser le dépôt d'un mémoire en réplique,

à la suite de l'audience du 10 octobre 2014,

rend le présent

### Arrêt

#### Antécédents du litige

- 1 Le 5 avril 2012, la requérante, Verband der Kölnisch-Wasser Hersteller eV, a présenté une demande d'enregistrement de marque communautaire collective à l'Office de l'harmonisation dans le marché intérieur (marques, dessins et modèles) (OHMI), en vertu du règlement (CE) n° 207/2009 du Conseil, du 26 février 2009, sur la marque communautaire (JO L 78, p. 1).
- 2 La marque dont l'enregistrement a été demandé est le signe verbal Original Eau de Cologne.

- 3 Les produits pour lesquels l'enregistrement a été demandé relèvent de la classe 3 au sens de l'arrangement de Nice concernant la classification internationale des produits et des services aux fins de l'enregistrement des marques, du 15 juin 1957, tel que révisé et modifié, et correspondent à la description suivante : « Kölnisch Wasser ».
- 4 Par décision du 24 septembre 2012, l'examineur a rejeté la demande d'enregistrement pour les produits en cause, en application de l'article 7, paragraphe 1, sous b), c) et d), du règlement n° 207/2009.
- 5 Le 7 novembre 2012, la requérante a formé un recours auprès de l'OHMI, au titre des articles 58 à 64 du règlement n° 207/2009, contre la décision de l'examineur.
- 6 Par décision du 21 août 2013 (ci-après la « décision attaquée »), la quatrième chambre de recours de l'OHMI a rejeté le recours. Elle a considéré que le signe verbal Original Eau de Cologne était une indication descriptive du produit concerné, au sens de l'article 7, paragraphe 1, sous c), du règlement n° 207/2009. Elle a également estimé que ce signe était dépourvu de caractère distinctif, au sens de l'article 7, paragraphe 1, sous b), dudit règlement et qu'il constituait la désignation habituelle du produit concerné, au sens de l'article 7, paragraphe 1, sous d), du même règlement.

### **Conclusions des parties**

- 7 La requérante conclut à ce qu'il plaise au Tribunal :
  - annuler la décision attaquée ;
  - condamner l'OHMI aux dépens exposés devant le Tribunal et à ceux exposés devant la chambre de recours.
- 8 L'OHMI conclut à ce qu'il plaise au Tribunal :
  - rejeter le recours ;
  - condamner la requérante aux dépens.

### **En droit**

- 9 À l'appui de son recours, la requérante soulève trois moyens, tirés, le premier, de la violation de l'article 7, paragraphe 1, sous c), du règlement n° 207/2009, lu en combinaison avec l'article 66, paragraphe 2, de ce règlement, le deuxième, de la violation de l'article 7, paragraphe 1, sous b), du même règlement, et, le troisième, de la violation de l'article 7, paragraphe 1, sous d), dudit règlement.
- 10 Par son premier moyen, la requérante fait valoir, en substance, que la marque demandée constitue une indication de provenance géographique, de sorte qu'elle ne pouvait, conformément à l'article 66, paragraphe 2, du règlement n° 207/2009, faire l'objet d'un refus d'enregistrement sur le fondement de l'article 7, paragraphe 1, sous c), de ce règlement.
- 11 Aux termes de cette dernière disposition, sont refusées à l'enregistrement « les marques qui sont composées exclusivement de signes ou d'indications pouvant servir, dans le commerce, pour désigner l'espèce, la qualité, la quantité, la destination, la valeur, la provenance géographique ou l'époque de la production du produit ou de la prestation du service, ou d'autres caractéristiques de ceux-ci ».
- 12 L'article 7, paragraphe 1, sous c), du règlement n° 207/2009 poursuit un but d'intérêt général, lequel exige que les signes ou les indications descriptives des caractéristiques de produits ou de services pour lesquels l'enregistrement a été demandé puissent être librement utilisés par

tous [voir arrêt du 17 mai 2011, Consejo Regulador de la Denominación de Origen Txakoli de Álava e.a./OHMI (TXAKOLI), T-341/09, Rec, EU:T:2011:220, point 18 et jurisprudence citée].

- 13 Les signes et les indications visés par l'article 7, paragraphe 1, sous c), du règlement n° 207/2009 sont donc seulement ceux qui peuvent servir, dans un usage normal du point de vue du public pertinent, pour désigner soit directement, soit par la mention d'une de leurs caractéristiques essentielles, les produits ou les services pour lesquels l'enregistrement a été demandé. Tel est le cas lorsqu'il existe pour le public pertinent un rapport direct et concret entre le signe verbal en cause et les produits et les services visés (voir arrêt TXAKOLI, point 12 supra, EU:T:2011:220, point 19 et jurisprudence citée).
- 14 Dès lors, le caractère descriptif doit être apprécié, d'une part, par rapport aux produits et aux services pour lesquels l'enregistrement a été demandé et, d'autre part, par rapport à la perception qu'en a le public pertinent (voir arrêt TXAKOLI, point 12 supra, EU:T:2011:220, point 20 et jurisprudence citée).
- 15 Enfin, il convient de rappeler que l'article 66, paragraphe 2, du règlement n° 207/2009 prévoit que, par dérogation à l'article 7, paragraphe 1, sous c), du même règlement, peuvent constituer des marques communautaires collectives des signes ou des indications pouvant servir, dans le commerce, à désigner la provenance géographique des produits ou des services.
- 16 En l'espèce, il y a lieu de relever que la chambre de recours a estimé que la marque demandée serait comprise comme se référant à un parfum, l'eau de Cologne, lequel serait un original et non une copie, et qu'elle était donc exclusivement composée d'éléments décrivant la nature et les caractéristiques du produit concerné. La chambre de recours a ensuite considéré que l'élément « eau de cologne » ne contenait aucune indication décrivant l'origine géographique du produit concerné, de sorte que la dérogation prévue à l'article 66, paragraphe 2, du règlement n° 207/2009 n'était pas applicable.
- 17 La requérante objecte que la signification que la chambre de recours a attribuée aux éléments « original » et « cologne » de la marque demandée est erronée. Selon elle, l'élément « eau de cologne » aurait perdu son caractère purement descriptif du fait de l'ajout de l'élément « original ». En effet, des indications géographiques qui sont devenues, avec le temps, descriptives pourraient être « relocalisées » grâce à l'ajout de compléments tels que « original » ou « véritable ». La requérante précise que, si, de manière isolée, l'élément « original » peut avoir une signification laudative, il constitue, mis en relation avec une indication de lieu, une indication de provenance géographique. Par ailleurs, l'élément « cologne » serait directement associé à la ville de Cologne, pour la grande majorité des communautés linguistiques de l'Union européenne. Ce serait donc à tort que la chambre de recours a retenu que l'élément « eau de cologne » ne contenait pas d'indication de provenance géographique au motif qu'il n'existe pas en Allemagne de ville du nom de Cologne. Aussi, la requérante estime que, en partant du principe que le public pertinent comprend le terme « cologne » comme la dénomination de la ville du même nom et que l'élément « original » figurant devant l'élément « eau de cologne » provoque la « relocalisation » de cette dénomination, la marque demandée serait comprise comme une indication de provenance géographique. Au surplus, la requérante prétend que la chambre de recours n'a pas adéquatement apprécié les normes commerciales que constituent les « Begriffsbestimmungen für Kölnisch Wasser » (définitions de l'eau de Cologne) de 1939 et que son argumentation aurait pour conséquence que chaque fabricant pourrait désigner son produit comme « Original Eau de Cologne », indépendamment du fait que le produit provient ou non de la ville de Cologne, ce qui serait trompeur.
- 18 À cet égard, il y a lieu de relever que la chambre de recours n'a pas explicitement défini le public pertinent. Néanmoins, il doit être constaté que, le produit concerné étant de consommation courante, il s'adresse au consommateur moyen de l'Union, normalement informé et raisonnablement attentif et avisé. Par ailleurs, étant donné que le signe verbal en cause est composé d'éléments provenant, en particulier, de la langue française, il y a lieu de considérer que le public par rapport auquel il convient d'apprécier l'existence d'un motif absolu de refus est, notamment, un public francophone [voir, en ce sens, arrêt du 12 juin 2007, MacLean-Fogg/OHMI (LOKTHREAD), T-339/05, EU:T:2007:172, point 41 et jurisprudence citée]. Certes, certains des éléments composant ce signe, en l'occurrence « original » et « cologne », peuvent également exister dans d'autres langues. À cet égard, il suffit de rappeler

que l'article 7, paragraphe 2, du règlement n° 207/2009 énonce que le paragraphe 1 dudit article est applicable même si les motifs de refus n'existent que dans une partie de l'Union.

- 19 Il y a dès lors lieu d'examiner s'il existe, du point de vue dudit public, un rapport suffisamment direct et concret entre le signe Original Eau de Cologne et le produit pour lequel l'enregistrement a été demandé.
- 20 En ce qui concerne, premièrement, le signe en cause, il y a lieu de relever, s'agissant, tout d'abord, de l'élément « eau de cologne » dudit signe, que celui-ci désigne un type particulier de parfum, en l'occurrence l'eau de Cologne. D'ailleurs, ainsi que la chambre de recours l'a constaté à bon droit et sans être contredite à cet égard par la requérante, les extraits de dictionnaires cités par l'examineur prouvent que l'élément en cause décrit un certain type de parfum. Il s'ensuit que le public pertinent comprendra l'élément « eau de cologne » du signe en cause comme désignant un type de parfum, en l'occurrence de l'eau de Cologne.
- 21 S'agissant, ensuite, de l'élément « original » du signe en cause, il sera compris par le public pertinent, ainsi que la chambre de recours l'a relevé, comme se référant au caractère original ou authentique du produit, et non à une copie ou à une contrefaçon de celui-ci. Il s'ensuit que le public pertinent comprendra l'élément « original » du signe en cause comme désignant une caractéristique du produit concerné, en l'occurrence, son caractère original ou authentique.
- 22 S'agissant, enfin, de la perception du signe pris dans sa globalité, il y a lieu de constater que, eu égard à sa composition, ledit signe sera perçu par le public pertinent comme désignant un type de parfum, en l'occurrence de l'eau de Cologne, lequel serait un original et non une copie ou une contrefaçon.
- 23 En ce qui concerne, deuxièmement, la nature du rapport existant entre le signe en cause et le produit concerné, c'est à bon droit que la chambre de recours a estimé que ce signe pouvait servir à désigner la nature de ce produit. En effet, eu égard à sa signification, ce signe sera perçu par le public pertinent comme décrivant directement la nature du produit concerné, lequel est précisément de l'eau de Cologne. Dans ce contexte, il convient de relever que, ainsi que la chambre de recours l'a constaté, l'élément « eau de cologne » du signe en cause constitue la traduction, en langue française, du produit concerné, ce que la requérante ne conteste pas. Il sera également perçu comme désignant une de ses caractéristiques, en l'occurrence son caractère original, le public pertinent étant ainsi informé qu'il s'agit d'une eau de Cologne authentique et non d'une copie.
- 24 Il s'ensuit que le signe en cause relève, en principe, du champ d'application de l'article 7, paragraphe 1, sous c), du règlement n° 207/2009.
- 25 En ce qui concerne, troisièmement, l'application de l'exception à cette disposition, prévue à l'article 66, paragraphe 2, du règlement n° 207/2009, il est à relever qu'aucun des arguments avancés par la requérante ne permet de considérer que la signe Original Eau de Cologne pourrait servir, dans le commerce, à désigner la provenance géographique du produit concerné, au sens de cette disposition, de sorte que le motif de refus visé à l'article 7, paragraphe 1, sous c), ne trouverait pas à s'appliquer.
- 26 Ainsi, l'allégation de la requérante selon laquelle l'élément « eau de cologne » du signe en cause perdrait son caractère purement descriptif du fait de l'ajout de l'élément « original », ce dernier opérant une « relocalisation » des indications de provenance géographique devenues, avec le temps, descriptives, ne peut qu'être écartée. En effet, la requérante n'a avancé aucun élément de preuve permettant de démontrer l'existence d'un tel concept de « relocalisation » ni le bien-fondé de cette allégation, mais s'est bornée à affirmer, sans l'étayer, qu'« il [était] généralement reconnu que [les] indications de provenance géographique qui sont [...] devenues descriptives [pouvaient] être relocalisées grâce à l'ajout de compléments comme 'original' ou 'echt' (véritable) ». Rien ne permet ainsi de considérer que l'élément « original » permettrait de « relocaliser » et de conférer une connotation géographique à un élément, initialement évocateur de lieu, mais devenu descriptif. Au demeurant, qu'il soit lu de manière isolée ou, comme le soutient en substance la requérante, en liaison avec l'autre élément de la marque demandée, il y a lieu de considérer que l'élément « original » sera en tout état de

cause compris, par le public pertinent, comme se référant à la notion d'origine ou d'authenticité par opposition à la copie ou à la contrefaçon.

- 27 Quant aux définitions de l'eau de Cologne, dont il ressortirait que des compléments tels que « véritable » ou « original » sont considérés comme des indications précisant que le produit est originaire de Cologne, la requérante ne conteste pas l'appréciation de la chambre de recours selon laquelle les définitions en cause, en tant qu'usages commerciaux allemands, sont dénuées de pertinence sur les territoires autres que celui de l'Allemagne. De plus, même à supposer que ces définitions aient été réaffirmées en 1981, comme l'allègue la requérante, rien ne permet de considérer qu'elles auraient une influence sur la perception du public pertinent, qui est composé de consommateurs moyens alors que lesdites définitions semblent s'adresser aux professionnels.
- 28 S'agissant de l'argument de la requérante selon lequel le terme « cologne », figurant dans l'élément « eau de cologne », serait directement associé à la ville de Cologne, pour la grande majorité des communautés linguistiques de l'Union, il y a lieu de relever que cette circonstance, à la supposer avérée, ne permettrait pas d'établir que ce terme ou cet élément constituerait une indication de provenance géographique. En effet, s'il est vrai que ce terme pourrait, certes, être évocateur, pour le public pertinent, de la ville en cause, aucun élément ne permet de considérer que ce public le percevrait comme une indication que le produit en cause provient de la ville de Cologne. D'ailleurs, si la requérante affirme que la question de savoir si le terme « cologne » constitue une indication de provenance géographique dépend de la façon dont le public concerné le comprend, elle n'apporte aucun élément de preuve concernant la compréhension qu'en aurait le public, procédant à cet égard par pure affirmation. De même, ladite circonstance ne saurait remettre en cause l'appréciation selon laquelle l'élément « eau de cologne » sera perçu comme un terme générique décrivant un type de parfum. Enfin, il est à noter que la requérante n'a apporté aucun élément visant à remettre en cause les éléments de preuve, en l'occurrence deux ouvrages et un arrêt du Bundesgerichtshof (Cour fédérale de justice, Allemagne), sur lesquels la chambre de recours s'est notamment fondée pour constater, dans la décision attaquée, que l'expression « eau de cologne » n'était pas considérée comme une indication de provenance géographique mais comme une indication de la nature du produit concerné.
- 29 En ce qui concerne l'argument de la requérante selon lequel, en substance, l'appréciation selon laquelle la marque demandée est descriptive implique que celle-ci peut être utilisée pour des produits indépendamment du fait qu'ils proviennent ou non de la ville de Cologne, ce qui serait trompeur, il ne peut qu'être écarté. En effet, ledit argument repose sur la prémisse erronée que la marque demandée comporterait une indication de provenance géographique, alors que tel n'est pas le cas, ainsi qu'il ressort de ce qui précède. Toute tromperie quant à l'origine du produit est donc exclue.
- 30 C'est donc à tort que la requérante prétend que la marque demandée sera comprise comme une indication de provenance géographique. Elle procède d'ailleurs par pure affirmation en indiquant qu'il est « évident » que le public concerné partirait du principe que des produits étiquetés avec la dénomination « Original Eau de Cologne » proviennent de la ville de Cologne, aucune preuve n'ayant été apportée pour démontrer cette allégation.
- 31 Il s'ensuit que le signe Original Eau de Cologne ne saurait être considéré comme constituant une indication pouvant servir, dans le commerce, à désigner la provenance géographique du produit pour lequel l'enregistrement a été demandé, au sens de l'article 66, paragraphe 2, du règlement n° 207/2009.
- 32 Partant, la chambre de recours n'a pas commis d'erreur en n'appliquant pas l'article 66, paragraphe 2, du règlement n° 207/2009 afin d'écartier le motif de refus prévu par l'article 7, paragraphe 1, sous c), dudit règlement.
- 33 En dernier lieu, à supposer que, par son argumentation selon laquelle, en substance, la chambre de recours se s'est « abstenue de justifier sa conception » et a « avancé des arguments insuffisants », la requérante invoque une violation de l'obligation de motivation, il suffit de relever que, ainsi qu'il ressort d'une lecture d'ensemble et comme il découle de ce qui précède, la décision attaquée est motivée à suffisance de droit, la requérante ayant été mise

en mesure de connaître les justifications de ladite décision et le Tribunal d'exercer son contrôle sur la légalité de celle-ci.

- 34 Il résulte de l'ensemble de ce qui précède que le premier moyen doit être rejeté.
- 35 Quant aux deuxième et troisième moyens, il y a lieu de rappeler que, ainsi qu'il ressort de l'article 7, paragraphe 1, du règlement n° 207/2009, il suffit que l'un des motifs absolus de refus énumérés s'applique pour que le signe en cause ne puisse être enregistré comme marque communautaire [voir arrêt du 26 octobre 2000, Community Concepts/OHMI (Investorworld), T-360/99, Rec, EU:T:2000:247, point 26 et jurisprudence citée].
- 36 Par conséquent, il convient, sans qu'il soit nécessaire d'examiner les deuxième et troisième moyens, de rejeter le recours dans son ensemble.

### **Sur les dépens**

- 37 Aux termes de l'article 87, paragraphe 2, du règlement de procédure du Tribunal, toute partie qui succombe est condamnée aux dépens, s'il est conclu en ce sens. La requérante ayant succombé, il y a lieu de la condamner aux dépens, conformément aux conclusions de l'OHMI.

Par ces motifs,

LE TRIBUNAL (troisième chambre)

déclare et arrête :

- 1) Le recours est rejeté.**
- 2) Verband der Kölnisch-Wasser Hersteller eV est condamnée aux dépens.**

Papasavvas

Forwood

Bieliūnas

Ainsi prononcé en audience publique à Luxembourg, le 25 novembre 2014.

Signatures