



association des praticiens du droit des marques et des modèles

Flash APRAM n° 338 – Marques de position : un arrêt peu pointilleux

Cour de justice UE, 6 juin 2019, C-223/18P, EU:C:2019:471, *Deichmann SE / EUIPO – Munich SL*

Chers Amis,

La Cour de justice de l'Union européenne vient de trancher la question de savoir si la qualification d'une marque en tant que marque « figurative » ou « de position » a une incidence quant à la preuve de l'usage sérieux que doit fournir son titulaire.

La société allemande Deichmann commercialise des chaussures de sport revêtues, sur leur flanc, d'une large croix. Elle se fait assigner par une société espagnole, Munich SL, titulaire d'une marque de l'Union européenne, enregistrée comme marque « figurative ». Celle-ci consiste en l'image stylisée d'une chaussure à lacets dessinée en pointillés avec deux bandes croisées sur le côté (*cf.* lien ci-dessous). L'enregistrement de la marque n'est accompagné d'aucune description ni déclaration de renonciation.

Deichmann conteste que cette marque figurative enregistrée depuis plus de cinq ans a fait l'objet d'un usage sérieux. Elle soutient en particulier que les preuves d'usage que produit le titulaire espagnol témoignent peut-être d'un usage à titre de marque de position, mais pas en tant que marque figurative. Selon elle, les lignes en pointillés font partie intégrante de la marque en cause et on ne saurait considérer la marque autrement que comme une marque figurative.

A la demande du tribunal saisi qui surseoit à statuer quant à la validité de la marque en cause, la contestation est portée devant l'EUIPO. La chambre de recours, puis le Tribunal, donnent tort à Deichmann. Le type de marque est sans pertinence pour l'appréciation de l'usage sérieux. Le seul fait que la case « marque figurative » a été cochée lors de l'enregistrement ne saurait exclure que la protection porte sur la seule croix figurant en traits pleins, et non sur les pointillés dessinant le contour des chaussures.

La Cour de justice confirme cette analyse. « [L]e fait que la marque en cause a été enregistrée en tant que marque figurative n'importe pas en l'espèce aux fins de déterminer l'étendue de la demande de protection » (point 47). La question de savoir si la marque en cause doit être regardée comme une marque de position ou une marque figurative est « sans pertinence » (point 41). Ce qui importe, c'est que la représentation du signe soit suffisamment claire, précise, complète et intelligible. Or, en l'espèce, la protection sollicitée visait uniquement une croix, et les pointillés sont compris comme permettant de préciser l'emplacement de cette croix sur la chaussure.

Observation

A l'époque du dépôt de la marque (en 2002), les directives de l'EUIPO exigeaient qu'une marque de position soit expressément décrite en tant que telle. Ceci est sans pertinence aux

yeux de la Cour, puisque les directives de l'EUIPO « ne constituent pas des actes juridiques contraignants pour l'interprétation des dispositions du droit de l'Union » (point 49).

On observera que, depuis le 1^{er} octobre 2017, l'article 3, § 3, d, du règlement d'exécution (UE) 2017/1431 impose qu'une « marque de position » soit « représentée par la soumission d'une reproduction identifiant dûment la position de la marque et sa taille ou proportion par rapport aux produits concernés. Les éléments ne faisant pas l'objet de l'enregistrement sont visuellement ignorés, de préférence par la présence de lignes discontinues ou pointillées. La représentation peut être accompagnée d'une description détaillant la façon dont le signe est apposé sur les produits ».

Equipe FLASH

Tanguy de Haan – Guillaume Marchais – Stève Félix – Elodie Billaudeau

ARRÊT DE LA COUR (sixième chambre)

6 juin 2019 (*)

« Pourvoi – Marque de l'Union européenne – Règlement (CE) no 207/2009 – Procédure de déchéance – Marque figurative représentant une croix sur le côté d'une chaussure de sport – Rejet de la demande en déchéance »

Dans l'affaire C-223/18 P,

ayant pour objet un pourvoi au titre de l'article 56 du statut de la Cour de justice de l'Union européenne, introduit le 27 mars 2018,

Deichmann SE, établie à Essen (Allemagne), représentée par M^e C. Onken, Rechtsanwältin,

1. partie requérante,

les autres parties à la procédure étant :

Office de l'Union européenne pour la propriété intellectuelle (EUIPO), représenté par M. D. Gája, en qualité d'agent,

2. partie défenderesse en première instance,

Munich SL, établie à Capellades (Espagne), représentée par M^{es} J. Güell Serra et M. del Mar Guix Vilanova, abogados,

3. partie intervenante en première instance,

LA COUR (sixième chambre),

composée de M^{me} C. Toader, présidente de chambre, MM. A. Rosas et M. Safjan (rapporteur), juges,

avocat général : M. E. Tanchev,

greffier : M. A. Calot Escobar,

vu la procédure écrite,

vu la décision prise, l'avocat général entendu, de juger l'affaire sans conclusions,

rend le présent

Arrêt

- 1 Par son pourvoi, Deichmann SE demande l'annulation de l'arrêt du Tribunal de l'Union européenne du 17 janvier 2018, Deichmann/EUIPO – Munich (Représentation d'une croix sur le côté d'une chaussure de sport) (T-68/16, ci-après « l'arrêt attaqué », EU:T:2018:7), par lequel celui-ci a rejeté son recours tendant à l'annulation de la décision de la quatrième chambre de recours de l'Office de l'Union européenne pour la propriété intellectuelle (EUIPO), du 4 décembre 2015 (affaire R 2345/2014-4), relative à une procédure de déchéance entre Deichmann et Munich SL (ci-après la « décision litigieuse »).

Le cadre juridique

- 2 Le règlement (CE) n° 207/2009 du Conseil, du 26 février 2009, sur la marque de l'Union européenne (JO 2009, L 78, p. 1), a été modifié par le règlement (UE) 2015/2424 du Parlement européen et du Conseil, du 16 décembre 2015 (JO 2015, L 341, p. 21), lequel est entré en vigueur le 23 mars 2016. Le règlement n° 207/2009, tel que modifié, a été abrogé et remplacé, avec effet au 1^{er} octobre 2017, 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). Néanmoins, compte tenu de la date d'introduction de la demande en déchéance en cause, à savoir le 26 janvier 2011, qui est déterminante aux fins de l'identification du droit applicable, le présent litige est régi par les dispositions du règlement n° 207/2009.

- 3 L'article 15 du règlement n° 207/2009, intitulé « Usage de la marque de l'Union européenne », dispose, à son paragraphe 1, sous a) :

« 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, ou si un tel usage a été suspendu pendant un délai ininterrompu de cinq ans, la marque de l'Union européenne est soumise aux sanctions prévues au présent règlement, sauf juste motif pour le non-usage.

Sont également considérés comme usage au sens du premier alinéa :

- a) l'usage de la marque de l'Union européenne sous une forme qui diffère par des éléments n'altérant pas le caractère distinctif de la marque dans la forme sous laquelle celle-ci a été enregistrée ».

- 4 L'article 51 de ce règlement, intitulé « Causes de déchéance », prévoit, à son paragraphe 1, sous a) :

« Le titulaire de la marque de l'Union européenne est déclaré déchu de ses droits, sur demande présentée auprès de l'Office ou sur demande reconventionnelle dans une action en contrefaçon :

- a) si, pendant une période ininterrompue de cinq ans, la marque n'a pas fait l'objet d'un usage sérieux dans [l'Union] pour les produits ou les services pour lesquels elle est enregistrée, et qu'il n'existe pas de justes motifs pour le non-usage ; toutefois, nul ne peut faire valoir que le titulaire est déchu de ses droits, si, entre l'expiration de cette période et la présentation de la demande ou de la demande reconventionnelle, la marque a fait l'objet d'un commencement ou d'une reprise d'usage sérieux ; cependant, le commencement ou la reprise d'usage fait dans un délai de trois mois avant la présentation de la demande ou de la demande reconventionnelle, ce délai commençant à courir au plus tôt à l'expiration de la période ininterrompue de cinq ans de non-usage, n'est pas pris en considération lorsque des préparatifs pour le commencement ou la reprise de l'usage interviennent seulement après que le titulaire a appris que la demande ou la demande reconventionnelle pourrait être présentée ».

- 5 Le règlement d'exécution (UE) 2017/1431 de la Commission, du 18 mai 2017, établissant les modalités d'application de certaines dispositions du règlement n° 207/2009 (JO 2017, L 205, p. 39), qui, aux termes de son article 38, n'est applicable qu'à partir du 1^{er} octobre 2017, à savoir postérieurement à la date d'adoption de la décision litigieuse, dispose, à son article 3, intitulé « Représentation de la marque » :

« 1. La marque est représentée sous n'importe quelle forme appropriée au moyen de la technologie communément disponible, pour autant qu'elle puisse être reproduite dans le registre de façon claire, précise, distincte, facilement accessible, intelligible, durable et objective, afin de permettre aux autorités compétentes et au public de déterminer clairement et précisément l'objet de la protection accordée à son titulaire.

2. La représentation de la marque définit l'objet de l'enregistrement. Lorsque la représentation est accompagnée d'une description en vertu du paragraphe 3, points d), e), f) ii) et h), ou du paragraphe 4, celle-ci concorde avec la représentation et n'étend pas son champ d'application.

3. Lorsque la demande porte sur l'un des types de marques énumérés aux points a) à j), elle contient une indication à cet effet. Sans préjudice du paragraphe 1 ou 2, le type de marque et sa représentation concordent l'un avec l'autre, comme suit :

- a) lorsqu'une marque est composée exclusivement de mots ou de lettres, chiffres ou autres caractères typographiques standard ou d'une combinaison de ceux-ci (marque verbale), elle est représentée par la soumission d'une reproduction du signe en écriture et mise en page standard, sans caractéristiques graphiques ou couleurs ;
- b) lorsque la marque emploie des caractères, une stylisation ou une mise en page non standard, ou bien une caractéristique graphique ou une couleur (marque figurative), y compris les marques composées exclusivement d'éléments figuratifs ou d'une combinaison d'éléments verbaux et figuratifs, elle est représentée par la soumission d'une reproduction du signe montrant l'ensemble des éléments qui le composent et, le cas échéant, ses couleurs ;
- c) lorsque la marque consiste en, ou s'étend à, une forme tridimensionnelle, y compris les récipients, le conditionnement, le produit lui-même ou son apparence (marque de forme), elle est représentée par la soumission soit d'une reproduction graphique de la forme, y compris une image créée par ordinateur, soit d'une reproduction photographique. La reproduction graphique ou photographique peut contenir différentes vues. Lorsque la représentation n'est pas fournie au format électronique, elle peut contenir jusqu'à six vues différentes ;
- d) lorsque la marque est caractérisée par la façon spécifique dont elle est placée ou apposée sur les produits (marque de position), elle est représentée par la soumission d'une reproduction identifiant dûment la position de la marque et sa taille ou proportion par rapport aux produits concernés. Les éléments ne faisant pas l'objet de l'enregistrement sont visuellement ignorés, de préférence par la présence de lignes discontinues ou pointillées. La représentation peut être accompagnée d'une description détaillant la façon dont le signe est apposé sur les produits ;
- e) lorsque la marque consiste exclusivement en un ensemble d'éléments qui se répètent de façon régulière (marque de motif), elle est représentée par la soumission d'une reproduction montrant la répétition du motif. La représentation peut être accompagnée d'une description précisant la façon dont ses éléments se répètent de façon régulière ;
- f) dans le cas d'une marque de couleur :
 - i) lorsque la marque consiste exclusivement en une couleur unique sans contours, elle est représentée par la soumission d'une reproduction de la couleur et d'une indication de cette couleur par référence à un code de couleurs généralement reconnu ;
 - ii) lorsque la marque consiste exclusivement en une combinaison de couleurs sans contours, elle est représentée par la soumission d'une reproduction montrant l'agencement systématique de la combinaison de couleurs de façon uniforme et

prédéterminée et d'une indication de ces couleurs par référence à un code de couleurs généralement reconnu. Une description précisant l'agencement systématique des couleurs peut également être ajoutée ;

- g) lorsque la marque est composée entièrement d'un son ou d'une combinaison de sons (marque sonore), elle est représentée par la soumission d'un fichier audio reproduisant le son ou par une représentation fiable du son en notation musicale ;
- h) lorsque la marque consiste en, ou s'étend à, un mouvement ou un changement de position des éléments de la marque (marque de mouvement), elle est représentée par la soumission d'un fichier vidéo ou par une série d'images fixes séquentielles montrant le mouvement ou le changement de position. Lorsque des images fixes sont utilisées, elles peuvent être numérotées ou accompagnées d'une description expliquant la séquence ;
- i) lorsque la marque consiste en, ou s'étend à, une combinaison d'image et de son (marque multimédia), elle est représentée par la soumission d'un fichier audiovisuel contenant la combinaison de l'image et du son ;
- j) lorsque la marque est composée d'éléments ayant des caractéristiques holographiques (marque hologramme), elle est représentée par la soumission d'un fichier vidéo ou d'une reproduction graphique ou photographique contenant les vues nécessaires pour l'identification suffisante de l'effet holographique complet.

4. Lorsque la marque n'est pas couverte par l'un des types énumérés au paragraphe 3, sa représentation est conforme aux normes énoncées au paragraphe 1 et peut être accompagnée d'une description.

5. Lorsque la représentation est fournie sous forme électronique, le directeur exécutif de l'Office détermine les formats et la taille du fichier électronique ainsi que toute autre caractéristique technique pertinente.

6. Lorsque la représentation n'est pas fournie sous forme électronique, la marque est reproduite sur une seule feuille de papier, distincte de la feuille sur laquelle figure le texte de la demande. La feuille sur laquelle la marque est reproduite contient toutes les vues ou images pertinentes et ne dépasse pas le format DIN A 4 (29,7 cm × 21 cm). Une marge d'au moins 2,5 cm est prévue tout autour.

7. Lorsque l'orientation exacte de la marque n'est pas évidente, elle est indiquée par l'ajout de la mention "haut" sur chaque reproduction.

8. La reproduction de la marque est d'une qualité suffisante pour permettre :

a) de la réduire à une taille d'au moins 8 cm de largeur sur 8 cm de hauteur ;

ou

b) de l'agrandir à une taille d'au plus 8 cm de largeur sur 8 cm de hauteur.

9. Le dépôt d'un échantillon ou d'un spécimen ne constitue pas une représentation adéquate d'une marque. »

Les antécédents du litige et la décision litigieuse

6 Les antécédents du litige, tels qu'ils ressortent des points 1 à 14 de l'arrêt attaqué, peuvent être résumés comme suit.

7 Le 6 novembre 2002, l'intervenante, Munich, a présenté une demande d'enregistrement de marque de l'Union européenne à l'EUIPO, en vertu du règlement n° 207/2009.

8 La marque figurative dont l'enregistrement a été demandé (ci-après la « marque en cause ») était représentée comme suit :



- 9 Les produits pour lesquels l'enregistrement a été demandé relèvent de la classe 25 au sens de l'arrangement de Nice concernant la classification internationale des produits et des services aux fins de l'enregistrement des marques, du 15 juin 1957, tel que révisé et modifié, et correspondent à la description « Chaussures de sport ».
- 10 La marque en cause a été enregistrée le 24 mars 2004 sous le numéro 2923852.
- 11 Dans le cadre de l'action en contrefaçon engagée par Munich devant le Landgericht Düsseldorf (tribunal régional de Düsseldorf, Allemagne) contre Deichmann, cette dernière a introduit, le 29 juin 2010, une demande reconventionnelle au titre de l'article 51, paragraphe 1, sous a), de l'article 52, paragraphe 1, sous a), et de l'article 100, paragraphe 1, du règlement n° 207/2009. Le 26 octobre 2010, le Landgericht Düsseldorf (tribunal régional de Düsseldorf) a décidé de surseoir à statuer sur l'action en contrefaçon au titre de l'article 100, paragraphe 7, du règlement n° 207/2009 et a invité Deichmann à présenter une demande en déchéance et en nullité à l'EUIPO dans un délai de trois mois.
- 12 Le 26 janvier 2011, la requérante a déposé, auprès de l'EUIPO, une demande en déchéance de la marque en cause sur le fondement de l'article 51, paragraphe 1, sous a), du règlement n° 207/2009, au motif que celle-ci n'avait pas fait l'objet d'un usage sérieux au sein de l'Union européenne, notamment au cours des cinq années précédant la date de la demande reconventionnelle, pour les produits pour lesquels elle avait été enregistrée.
- 13 Par décision du 7 août 2014, la division d'annulation de l'EUIPO a accueilli la demande en déchéance, prononcé la déchéance de la marque en cause à compter du 26 janvier 2011 et condamné Munich aux dépens.
- 14 Le 10 septembre 2014, Munich a formé un recours contre la décision de la division d'annulation.
- 15 Par la décision litigieuse, la quatrième chambre de recours de l'EUIPO a annulé la décision de la division d'annulation et a rejeté la demande en déchéance. Elle a relevé, en substance, que les éléments de preuve d'usage démontraient l'utilisation de la marque en cause pour les « chaussures de sport », relevant de la classe 25 au sens de l'arrangement de Nice, au cours de la période pertinente qu'elle a définie comme correspondant aux cinq années précédant la date de dépôt de la demande reconventionnelle.

La procédure devant le Tribunal et l'arrêt attaqué

- 16 Par requête déposée au greffe du Tribunal le 15 février 2016, la requérante a introduit un recours contre la décision litigieuse.
- 17 À l'appui de son recours, la requérante a soulevé trois moyens. Le premier moyen était tiré d'une violation de l'article 51, paragraphe 1, du règlement n° 207/2009 par la chambre de recours, au motif que cette dernière, en ayant considéré comme étant dénuée de pertinence la question de savoir si la marque en cause était une marque figurative ou une marque de position, aurait apprécié de manière erronée l'objet de celle-ci. Le deuxième moyen portait sur la violation de l'article 51, paragraphe 1, et de l'article 15, paragraphe 1, de ce règlement, en tant que la chambre de recours, pour déterminer si la marque en cause était utilisée sous sa forme enregistrée ou sous une forme n'altérant pas son caractère distinctif, se serait contentée de comparer uniquement une partie de celle-ci, à savoir deux bandes entrecroisées, apposées sur les chaussures de sport prétendument commercialisées par l'intervenante. Par son troisième moyen, la requérante soutenait que la chambre de recours avait violé l'article 51,

paragraphe 1, du règlement n° 207/2009 en s'étant fondée sur des modèles de chaussures dont la commercialisation par l'intervenante n'avait pas été démontrée.

- 18 Le Tribunal, par l'arrêt attaqué, a rejeté ces trois moyens et, en conséquence, le recours dans son intégralité.
- 19 Quant au premier moyen, le Tribunal a considéré, aux points 33 et 34 de l'arrêt attaqué, que les « marques de position » se rapprochaient des catégories de marques figuratives et tridimensionnelles, dès lors qu'elles visaient l'application d'éléments figuratifs ou tridimensionnels à la surface d'un produit. Il a estimé qu'il ressortait de la jurisprudence que, dans le cadre de l'appréciation du caractère distinctif d'une marque, la qualification d'une « marque de position » en tant que marque figurative ou tridimensionnelle ou en tant que catégorie spécifique de marques était sans pertinence. Par ailleurs, la jurisprudence reconnaît la possibilité que des marques figuratives soient en réalité des marques « de position ».
- 20 Selon le Tribunal, il ne saurait être déduit du seul fait que la case « marque figurative » a été cochée lors de l'enregistrement de la marque en cause que celle-ci ne puisse être considérée, concomitamment, comme étant une marque « de position ». À cet égard, le Tribunal a relevé, au point 36 de l'arrêt attaqué, qu'il convenait, particulièrement, de tenir compte du fait que la représentation graphique de la marque désignait clairement, en traits pleins, l'élément dont la protection était demandée et, en pointillés, les contours des produits en cause, sur lesquels celui-ci était apposé. Le Tribunal a précisé que la marque en cause, tout en étant considérée comme relevant du type « marque de position », demeurait également une marque figurative.
- 21 Au point 40 de l'arrêt attaqué, le Tribunal a estimé pouvoir déduire directement de la représentation graphique de la marque en cause que la protection sollicitée visait uniquement une croix, constituée de deux lignes noires interposées, représentées en traits continus. Il a considéré, en revanche, que les traits en « pointillés », formant les contours de la chaussure de sport et ses lacets, devaient être compris comme permettant de préciser l'emplacement de ladite croix, dans la mesure où les pointillés sont habituellement utilisés en ce sens dans des situations comparables.
- 22 Le Tribunal en a déduit, au point 44 de l'arrêt attaqué, que la chambre de recours avait pu, à bon droit, considérer que, « dans la mesure où [c'était] la représentation graphique qui [définissait] la marque, la question de savoir [s'il s'agissait] d'une marque de position ou d'une marque figurative n'était pas pertinente ».
- 23 Quant aux deuxième et troisième moyens, le Tribunal a relevé que c'était à juste titre que la chambre de recours avait considéré que les éléments de preuve présentés devant la division d'annulation suffisaient à prouver l'usage sérieux de la marque en cause.

Les conclusions des parties

- 24 La requérante demande à la Cour :
- d'annuler l'arrêt attaqué ;
 - d'annuler la décision litigieuse ou, à titre conservatoire, de renvoyer l'affaire au Tribunal, et
 - de condamner la partie défenderesse et la partie intervenante aux dépens afférents tant à la procédure de première instance qu'à celle de pourvoi.
- 25 Munich et l'EU IPO demandent respectivement à la Cour de rejeter le pourvoi et de condamner la requérante aux dépens.

Sur le pourvoi

- 26 À l'appui de son pourvoi, la requérante invoque un moyen unique, tiré de la violation de l'article 51, paragraphe 1, sous a), et de l'article 15, paragraphe 1, du règlement n° 207/2009. Au soutien de ce moyen, la requérante estime, premièrement, que le Tribunal, en ayant considéré comme étant sans pertinence la question de savoir si la marque en cause était une marque de position ou une marque figurative, a méconnu l'importance et les conséquences juridiques de la détermination du type de marque concernée. Deuxièmement, le Tribunal n'aurait pas déterminé de manière correcte l'objet de la marque en cause, mais aurait considéré et traité cette marque comme une marque de position lors de l'appréciation de l'usage sérieux de celle-ci. Troisièmement, le Tribunal aurait admis, à tort, que Munich serait parvenue à démontrer l'usage sérieux de sa marque en rapportant la preuve de la vente de chaussures revêtues de deux bandes croisées sur le côté.

Argumentation des parties

- 27 Par son moyen unique, la requérante fait valoir, tout d'abord, que le Tribunal a, au point 44 de l'arrêt attaqué, considéré à tort que, « dans la mesure où c'était la représentation graphique qui définissait la marque, la question de savoir s'il s'agissait d'une marque de position ou d'une marque figurative n'était pas pertinente ».
- 28 Elle souligne, à cet égard, qu'il importe, afin de déterminer si la marque en cause a fait, ou non, l'objet d'un usage sérieux, de savoir si celle-ci a été enregistrée en tant que marque de position ou en tant que marque figurative.
- 29 Les conditions légales, l'objet et le champ de protection propres aux différents types de marque et leur utilisation seraient en effet distincts. Si la marque en cause devait être regardée comme une marque figurative, son objet consisterait en la représentation graphique telle qu'elle a été enregistrée, à savoir l'image stylisée d'une chaussure à lacets avec une semelle invisible et deux bandes croisées sur le côté. Si, en revanche, la marque en cause devait être regardée comme une marque de position, son objet consisterait en deux bandes croisées devant être apposées à un emplacement spécifique sur le produit.
- 30 La requérante conteste également le point 34 de l'arrêt attaqué, par lequel le Tribunal a relevé que la jurisprudence reconnaît la possibilité que des marques figuratives soient en réalité des marques « de position ». Elle fait valoir que cette interprétation est contraire à l'article 3, paragraphe 3, sous d), du règlement d'exécution 2017/1431, selon lequel les marques de position constituent une catégorie spécifique de marques, différente de la catégorie des marques figuratives. Elle soutient également que la jurisprudence citée par le Tribunal, notamment l'arrêt de la Cour du 18 avril 2013, Colloseum Holding (C-12/12, EU:C:2013:253), et l'arrêt du Tribunal du 28 septembre 2010, Rosenruist/OHMI (Représentation de deux courbes sur une poche) (T-388/09, non publié, EU:T:2010:410), ne serait pas applicable en l'espèce, dès lors que l'enregistrement de la marque en cause dans la présente affaire, désignée en tant que marque figurative, ne contenait ni une description de celle-ci pouvant conduire à la considérer comme étant une marque de position ni une déclaration de renonciation.
- 31 Ensuite, la requérante considère que le Tribunal se contredit en affirmant, d'une part, que la question de savoir s'il s'agissait d'une marque de position ou d'une marque figurative n'était pas pertinente et en traitant, d'autre part, aux points 26, 28, 35, 40, 49 et 65 et suivants de l'arrêt attaqué, la marque en cause comme une marque de position.
- 32 Elle estime qu'il est, en tout état de cause, erroné de considérer la marque en cause comme une marque de position, alors qu'elle a été désignée sur le formulaire de demande et enregistrée en tant que marque figurative. Ainsi, selon la requérante, le Tribunal a commis une erreur dans la détermination de l'objet de la marque contestée, ce qui l'a conduit à considérer et à traiter cette marque comme une marque de position lors de l'appréciation de l'usage sérieux de celle-ci.
- 33 Premièrement, et contrairement à l'appréciation du Tribunal, selon laquelle les contours exacts de la chaussure de sport ne sont pas revendiqués au titre de la marque dès lors qu'ils apparaissent en pointillés, le simple tracé d'une ligne pointillée ou discontinue ne démontrerait pas, à défaut d'autres critères suggérant qu'il s'agit d'une marque de position, que les éléments apparaissant sous cette forme ont fait l'objet d'une renonciation. En l'absence d'une déclaration

de renonciation ou d'une description, il y aurait lieu de supposer que ces lignes font partie de la marque en cause.

- 34 Deuxièmement, aucune disposition légale ne prévoirait que la simple utilisation de lignes pointillées pour représenter une marque impliquerait de qualifier celle-ci en tant que marque de position.
- 35 Troisièmement, le Tribunal aurait, au point 38 de l'arrêt attaqué, estimé, à tort, que la marque contestée devait être considérée comme une marque de position, étant donné que Munich aurait revendiqué une antériorité, sur la base d'une marque espagnole enregistrée en 1992 dont la représentation graphique était identique à la marque en cause et qui contenait une description précisant que la marque consistait en la représentation d'une croix située sur le côté d'une chaussure de sport.
- 36 Enfin, la requérante fait valoir que le Tribunal a violé l'article 51, paragraphe 1, sous a), et l'article 15, paragraphe 1, du règlement n° 207/2009 en se bornant à examiner si les bandes croisées étaient, ou non, apposées dans une position précise sur les chaussures vendues par Munich, sans comparer les signes employés par celle-ci et la marque telle qu'elle a été enregistrée. Ce faisant, le Tribunal aurait considéré à tort que Munich avait établi l'usage sérieux de la marque en cause en prouvant la vente de chaussures revêtues de deux bandes croisées sur le côté.
- 37 L'EUIPO estime que le moyen n'est pas fondé.
- 38 Munich, qui excipe, à titre principal, de l'irrecevabilité du moyen, considère que celui-ci est en tout état de cause non fondé.

Appréciation de la Cour

- 39 S'agissant, à titre liminaire, de l'exception d'irrecevabilité soulevée par Munich et tirée de la nature prétendument factuelle de l'appréciation du Tribunal quant aux éléments constitutifs de la marque en cause, à savoir que celle-ci consistait uniquement en une croix noire et non en un arrière-plan en pointillés, il ressort du pourvoi que la requérante allègue que le Tribunal a commis une erreur de droit en ayant estimé qu'il n'était pas pertinent en l'espèce de déterminer si la marque en cause était une marque de position ou une marque figurative. L'exception d'irrecevabilité ne portant pas sur l'appréciation du Tribunal contestée par ce moyen, il y a lieu de la rejeter.
- 40 S'agissant du fond du moyen, il convient de constater, tout d'abord, que, à la date pertinente en l'espèce, la législation applicable ne définissait pas les « marques de position », si bien que le Tribunal n'était pas tenu de considérer que la qualification de la marque en cause en tant que marque figurative ou marque de position était pertinente.
- 41 Ensuite, il y a lieu de relever que le Tribunal ne s'est pas contredit lorsqu'il a, d'une part, considéré comme étant sans pertinence la question de savoir si la marque en cause devait être regardée comme une marque de position ou une marque figurative et, d'autre part, traité cette marque comme étant une marque de position. En effet, il ressort du point 36 de l'arrêt attaqué que le Tribunal a estimé que la marque en cause, tout en étant considérée comme relevant du type des marques de position, demeurerait également une marque figurative. Par ailleurs, le Tribunal s'est essentiellement fondé sur la représentation graphique de la marque en cause, indépendamment de sa classification, aux fins d'apprécier l'existence ou non d'un usage sérieux de celle-ci, lorsqu'il a relevé, aux points 40 et 42 à 44 de cet arrêt, que la protection sollicitée visait uniquement une croix constituée de deux lignes noires interposées, représentées en traits continus et que les traits en pointillés, formant les contours de la chaussure de sport et ses lacets, devaient uniquement permettre de délimiter plus aisément l'emplacement du graphisme sur le côté latéral de la chaussure.
- 42 C'est à bon droit que, au point 33 de l'arrêt attaqué, le Tribunal a rappelé que les « marques de positions » se rapprochent des catégories de marques figuratives et tridimensionnelles, dès lors qu'elles visaient l'application d'éléments figuratifs ou tridimensionnels à la surface d'un produit, et que, dans le cadre de l'appréciation du caractère distinctif d'une marque, la qualification d'une « marque de position » en tant que marque figurative ou tridimensionnelle

ou en tant que catégorie spécifique de marques est sans pertinence [arrêt du 15 juin 2010, X Technology Swiss/OHMI (Coloration orange de la pointe d'une chaussette), T-547/08, EU:T:2010:235].

- 43 Une telle qualification est également sans pertinence lors de l'appréciation, comme en l'espèce, de l'usage sérieux d'une telle marque. En effet, la Cour a déjà jugé que les exigences prévalant en ce qui concerne la vérification de l'usage sérieux d'une marque sont analogues à celles concernant l'acquisition du caractère distinctif d'un signe par l'usage en vue de son enregistrement (voir, en ce sens, arrêt du 25 juillet 2018, Société des produits Nestlé/Mondelez UK Holdings & Services, C-84/17 P, C-85/17 P et C-95/17 P, EU:C:2018:596, point 70 ainsi que jurisprudence citée).
- 44 Par ailleurs, s'agissant de la détermination de l'objet de la marque en cause, il ressort de la jurisprudence de la Cour que la représentation graphique d'une marque doit être claire, précise, complète par elle-même, facilement accessible, intelligible, durable et objective (arrêt du 12 décembre 2002, Sieckmann, C-273/00, EU:C:2002:748, point 55).
- 45 À cet égard, le Tribunal a constaté, au point 40 de l'arrêt attaqué, que, pour la représentation graphique de la marque en cause, deux types de graphisme avaient été employés, à savoir des lignes discontinues ou « pointillés », qui représentent l'apparence du produit couvert par cette marque, et deux lignes continues pleines, représentant une croix apposée. Il en a déduit, au point 42 de l'arrêt attaqué, que les traits « en pointillés », formant les contours de la chaussure de sport et de ses lacets, devaient être compris comme permettant de préciser l'emplacement de la croix, de telles lignes discontinues étant habituellement utilisées pour montrer, de façon précise, la position d'un signe sur le produit pour lequel ce même signe a été enregistré, sans que les contours dudit produit ne soient pour autant visés par la marque.
- 46 Cette appréciation factuelle, qu'il n'appartient pas à la Cour de contrôler dans le cadre d'un pourvoi, conforte l'appréciation du Tribunal, au point 40 de l'arrêt attaqué, qu'il pouvait être déduit directement de la représentation graphique de la marque en cause, et ce avec suffisamment de précision, que la protection sollicitée visait uniquement une croix, constituée de deux lignes noires interposées, représentées en traits continus.
- 47 Contrairement à l'argumentation de la requérante, le fait que la marque en cause a été enregistrée en tant que marque figurative n'importe pas en l'espèce aux fins de déterminer l'étendue de la demande de protection. En effet, lors de l'appréciation des caractéristiques d'un signe, peuvent être pris en considération, outre la représentation graphique et les éventuelles descriptions déposées lors du dépôt de la demande d'enregistrement, d'autres éléments utiles à l'identification convenable des caractéristiques essentielles d'un signe (voir, en ce sens, arrêt du 6 mars 2014, Pi-Design e.a./Yoshida Metal Industry, C-337/12, non publié, EU:C:2014:129, point 54).
- 48 Quant à l'argument de la requérante selon lequel, si une marque qui contient des lignes discontinues ou des pointillés n'est pas décrite comme une marque de position ou si les lignes discontinues ou pointillés ne font pas l'objet d'une déclaration de renonciation expresse, il y aurait lieu d'en déduire que ces lignes font parties de la marque, il suffit de constater que le demandeur de protection de marques est libre de préciser l'étendue de la protection demandée en ajoutant une description de l'objet de la marque enregistrée.
- 49 S'il est vrai que, comme le souligne la requérante, l'utilisation des lignes discontinues lors de l'enregistrement d'une marque est souvent accompagnée d'une description ou d'une déclaration de renonciation afin de limiter l'étendue de la protection demandée, il n'en demeure pas moins que ni la législation applicable *ratione temporis* ni la jurisprudence n'exigent le dépôt de telles déclarations. Dans la mesure où la requérante fait, en outre, valoir que les directives de l'EU IPO exigent qu'une marque de position soit expressément décrite en tant que telle, il y a lieu de rappeler que celles-ci ne constituent pas des actes juridiques contraignants pour l'interprétation des dispositions du droit de l'Union (voir, en ce sens, arrêt du 19 décembre 2012, Leno Marken, C-149/11, EU:C:2012:816, point 48).
- 50 Enfin, c'est sans commettre d'erreur de droit que le Tribunal a considéré, au terme d'un examen circonstancié figurant aux points 64 à 69 de l'arrêt attaqué, que les différences entre la marque en cause et les variantes utilisées sur les chaussures de sport commercialisées par

Munich présentait un caractère négligeable qui permettait à cette dernière de justifier d'un « usage sérieux » de la marque en cause.

- 51 Partant, il convient de rejeter comme étant non fondé le moyen unique invoqué par la requérante et, partant, le pourvoi dans son ensemble.

Sur les dépens

- 52 En vertu de l'article 184, paragraphe 2, du règlement de procédure de la Cour, lorsque le pourvoi n'est pas fondé, la Cour statue sur les dépens. L'article 138, paragraphe 1, de ce règlement, applicable à la procédure de pourvoi en vertu de l'article 184, paragraphe 1, de celui-ci, dispose que toute partie qui succombe est condamnée aux dépens, s'il est conclu en ce sens.
- 53 L'EUIPO et Munich ayant conclu à la condamnation de la requérante aux dépens et celle-ci ayant succombé en son moyen, il y a lieu de condamner cette dernière aux dépens.

Par ces motifs, la Cour (sixième chambre) déclare et arrête :

- 1) Le pourvoi est rejeté.**
- 2) Deichmann SE est condamnée aux dépens.**

Signatures

* Langue de procédure : l'anglais.