



Flash APRAM n° 417 – Protection des marques peu distinctives : la loi du plus faible ?

Tribunal de l'UE, 1^{er} mars 2023, T-25/22, EU:T:2023:99, *Canai Technology Co. Ltd / EUIPO – Trend Fin BV (HE&ME)*

Chers Amis,

Voici un arrêt qui fait fort sur le thème délicat et controversé des marques dites « faibles ».

La société néerlandaise Trend Fin BV, titulaire d'une marque Benelux verbale ME enregistrée notamment pour des vêtements en classe 25, fait opposition à l'enregistrement de la marque internationale désignant l'Union européenne HE&ME visant également des vêtements en classe 25.

La division d'opposition de l'EUIPO rejette l'opposition, invoquant une absence de risque de confusion, au regard du caractère distinctif « inférieur à la moyenne » de la marque antérieure ME. La chambre de recours infirme la décision, retenant au contraire un risque de confusion malgré ce caractère distinctif inférieur à la moyenne du terme « me » et le « caractère distinctif encore plus faible, voire inexistant » des éléments supplémentaires « & » et « he ».

Ayant un faible pour la procédure, la société Canai Technology Co. Ltd forme un recours devant le Tribunal.

Ce dernier rappelle que « l'appréciation de la similitude entre deux marques ne peut se limiter à prendre en considération uniquement un composant d'une marque complexe et à le comparer avec une autre marque » et que « ce n'est que si tous les autres composants de la marque sont négligeables que l'appréciation de la similitude pourra se faire sur la seule base de l'élément dominant » (point 25).

Le Tribunal se livre ensuite à l'appréciation du caractère distinctif de chacune des marques en présence. Il souligne que la marque antérieure ME possède « un caractère distinctif faible, vu que le terme “me” pourrait être considéré comme allusif aux articles de mode qui reflètent la personnalité de l'auteur » (point 69), tandis que, concernant la marque HE&ME, « le caractère distinctif de l'élément “he” est, tout au plus, faible et, en tout état de cause, pas plus élevé que celui de l'élément “me” » (point 35), étant « descriptif d'une caractéristique des produits en cause, dans la mesure où il vise à identifier le sexe du groupe de clients ciblés » (point 37).

En ce qui concerne l'esperluette, « cet élément sera perçu comme le symbole utilisé à l'international pour faire référence au mot “plus” ou “et” [...] et n'attirera pas l'attention des consommateurs en présence d'éléments verbaux. Son caractère distinctif est, dès lors, tout au plus faible et, en tout état de cause, pas plus élevé que celui de l'élément “me” » (point 42).

Pourtant, malgré ces considérations, le Tribunal ne faiblit pas et confirme le risque de confusion, en n'omettant pas de relever l'identité des produits en cause (points 22 et 23).

« [L]e fait que l'élément “me” soit considéré comme faiblement distinctif ne suffit pas à exclure un risque de confusion » (point 75).

Le Tribunal, fort de ces constatations, approuve l'existence d'un risque de confusion : « à savoir, notamment, le fait que l'élément commun "me", seul élément de la marque antérieure, est entièrement contenu dans le signe demandé. En effet, la marque antérieure incluse à l'identique ne sera pas dissimulée dans la marque demandée, ni ne passera à l'arrière-plan, mais sera suffisamment reconnaissable au sein de celle-ci [...]. La présence de l'esperluette "&", qui sépare et, dès lors, met en exergue les deux éléments verbaux de la marque demandée, renforce cette impression. De surcroît, les éléments supplémentaires "he" et "&" dans la marque demandée possèdent un caractère distinctif, tout au plus, faible et, en tout cas, pas plus élevé que celui de l'élément commun "me" » (point 78).

Commentaire

Saluons le tour de force du titulaire de la marque ME qui, paraphrasant une réplique culte, peut se réjouir et lancer en forme d'avertissement : « *you' talkin' to ME ???* », puisque sa marque, si « faible » soit-elle, semble pouvoir lui permettre de s'opposer à des marques approchantes, mais sans doute avec des limites puisque le Tribunal qualifie la marque de « faible ».

Toujours est-il que cet arrêt, qui alimente le débat classique sur la protection des marques dites « faibles », peut laisser quelque peu perplexe, tant il est parfois à la limite de l'équilibrisme, voire de la contradiction.

Equipe FLASH

Guillaume Marchais – Stève Félix – Benjamin Mouche

ARRÊT DU TRIBUNAL (huitième chambre)

1^{er} mars 2023 (*)

« Marque de l'Union européenne – Procédure d'opposition – Enregistrement international désignant l'Union européenne – Marque figurative HE&ME – Marque Benelux verbale antérieure ME – Motif relatif de refus – Similitude des signes – Caractère faiblement distinctif de la marque antérieure – Risque de confusion – Article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement (UE) 2017/1001 »

Dans l'affaire T-25/22,

Canai Technology Co. Ltd, établie à Guangzhou (Chine), représentée par M^{es} J. F. Gallego Jiménez, E. Sanz Valls, P. Bauzá Martínez, Y. Hernández Viñes et C. Marí Aguilar, avocats,

1. partie requérante,

contre

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

2. partie défenderesse,

l'autre partie à la procédure devant la chambre de recours de l'EUIPO, intervenant devant le Tribunal, étant

Trend Fin BV, établie à Utrecht (Pays-Bas), représentée par M^{es} F. Folmer, L. Bekke et T. de Haan, avocats,

LE TRIBUNAL (huitième chambre),

composé de M. A. Kornezov, président, M. K. Kecsmár et M^{me} S. Kingston (rapporteure), juges,

greffier : M. E. Coulon,

vu la phase écrite de la procédure,

vu l'absence de demande de fixation d'une audience présentée par les parties dans le délai de trois semaines à compter de la signification de la clôture de la phase écrite de la procédure et ayant décidé, en application de l'article 106, paragraphe 3, du règlement de procédure du Tribunal, de statuer sans phase orale de la procédure,

rend le présent

Arrêt

- 1 Par son recours fondé sur l'article 263 TFUE, la requérante, Canai Technology Co. Ltd, demande l'annulation de la décision de la première chambre de recours de l'Office de l'Union européenne pour la propriété intellectuelle (EUIPO) du 16 novembre 2021 (affaire R 1390/2020-1) (ci-après la « décision attaquée »).

Antécédents du litige

- 2 Le 24 avril 2018, la requérante a obtenu auprès du bureau international de l'Organisation mondiale de la propriété intellectuelle (OMPI) l'enregistrement international désignant l'Union européenne et portant le numéro 1426777 du signe figuratif représenté ci-après, lequel a été notifié à l'EUIPO le 4 octobre 2018 :



- 3 Les produits pour lesquels l'enregistrement a été demandé relèvent notamment 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 correspondant à la description suivante : « Vêtements ; sous-vêtements ; slips ; habits fonctionnels spéciaux (magnétisme, infrarouge) ; chaussures ; chapeaux ; articles de bonneterie ; gants [vêtements] ; cravates ; bracelets ; corsages [articles de lingerie] ; corsets ; bodys [vêtements de dessous] ; combinaisons [vêtements de dessous] ; vêtements pour rayons infrarouges ; visières (de sommeil) ; guimpes [vêtements] ; foulards ».
- 4 La demande de marque a été publiée au *Bulletin des marques de l'Union européenne* n° 190/2018, du 5 octobre 2018.
- 5 Le 18 décembre 2018, WE Brand Sàrl, le prédécesseur en droit de l'intervenante, Trend Fin BV, a formé opposition à l'enregistrement de la marque demandée pour les produits visés au point 3 ci-dessus.
- 6 L'opposition était fondée, après la limitation faite par l'intervenante au cours de la procédure devant l'EUIPO, sur la marque Benelux verbale antérieure ME, enregistrée le 30 mars 2015 sous le numéro 968809, désignant notamment les produits relevant de la classe 25 et correspondant à la description suivante : « Vêtements, à savoir pantalons, shorts, jupes, robes, chandails, pull-overs, vestes, manteaux, vestes, gilets, chemisiers, chemises, t-shirts, foulards, écharpes, moufles, chaussettes, bas,

collants, maillots de bain, ceintures ; chaussures, à savoir sandales, bottes, chaussures, pantoufles, chaussures ; chapellerie, à savoir chapeaux, chapeaux et casquettes ».

- 7 Le motif invoqué à l'appui de l'opposition était celui visé à l'article 8, paragraphe 1, sous b, du 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).
- 8 Le 8 mai 2020, la division d'opposition a rejeté l'opposition, au motif que, même à supposer que les produits en cause soient identiques, il n'existait aucun risque de confusion dans l'esprit du public en raison, notamment, du faible degré de similitude entre les marques en conflit sur les plans visuel, phonétique et conceptuel et du caractère distinctif inférieur à la moyenne de la marque antérieure.
- 9 Le 7 juillet 2020, l'intervenante a formé un recours auprès de l'EUIPO, au titre des articles 66 à 71 du règlement 2017/1001, contre la décision de la division d'opposition.
- 10 Par la décision attaquée, la chambre de recours a accueilli le recours au motif, notamment, premièrement, que le caractère distinctif de la marque antérieure, entièrement reproduite dans la marque demandée, était inférieur à la moyenne, tandis que les éléments supplémentaires « he » et « & » de la marque demandée possédaient un caractère distinctif encore plus faible, voire inexistant, deuxièmement, que les signes en conflit présentaient globalement un degré moyen de similitude sur les plans visuel, phonétique et conceptuel et, troisièmement, qu'il existait, dès lors, un risque de confusion à l'égard des produits identiques et similaires.

Conclusions des parties

- 11 La requérante conclut à ce qu'il plaise au Tribunal :
 - annuler la décision attaquée ;
 - condamner l'intervenante et l'EUIPO aux dépens.
- 12 L'EUIPO conclut à ce qu'il plaise au Tribunal :
 - rejeter le recours ;
 - condamner la requérante aux dépens.
- 13 L'intervenante conclut à ce qu'il plaise au Tribunal :
 - rejeter le recours ;
 - condamner la requérante aux dépens, y compris ceux de son prédécesseur en droit relatifs à la procédure devant l'EUIPO.

En droit

- 14 La requérante invoque, en substance, un moyen unique, tiré de la violation de l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement 2017/1001, qu'elle articule en trois griefs, tirés, le premier, d'un défaut d'appréciation de la marque antérieure et de la marque demandée dans leur ensemble, le deuxième, d'une absence de prise en compte adéquate des différences conceptuelles entre la marque antérieure et la marque demandée, ainsi que d'une appréciation erronée du caractère distinctif des éléments respectifs des marques en conflit, et, le troisième, d'un défaut d'appréciation de la longueur des signes et du positionnement de l'élément commun « me ».

- 15 L'EIUIPO, soutenu par l'intervenante, conteste les arguments de la requérante.
- 16 Aux termes de l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement 2017/1001, 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 une 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. Le risque de confusion comprend le risque d'association avec la marque antérieure.
- 17 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 d'entreprises liées économiquement. Le risque de confusion doit être apprécié globalement, selon la perception que le public pertinent a des signes et des produits ou des services en cause, et en tenant compte de tous les facteurs pertinents en l'espèce, notamment de l'interdépendance de la similitude des signes et de celle des produits ou des services désignés [voir arrêt du 9 juillet 2003, Laboratorios RTB/OHMI – Giorgio Beverly Hills (GIORGIO BEVERLY HILLS), T-162/01, EU:T:2003:199, points 30 à 33 et jurisprudence citée].
- 18 Aux fins de l'application de l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement 2017/1001, un risque de confusion présuppose à la fois une identité ou une similitude des marques en conflit et une identité ou une similitude des produits ou des services qu'elles désignent. Il s'agit là de conditions cumulatives [voir, en ce sens, arrêt du 22 janvier 2009, Commercy/OHMI – easyGroup IP Licensing (easyHotel), T-316/07, EU:T:2009:14, point 42 et jurisprudence citée].
- 19 C'est à la lumière de ces considérations qu'il convient d'examiner le présent moyen.

Sur le territoire et le public pertinents

- 20 Aux points 36 et 37 de la décision attaquée, la chambre de recours a conclu que les produits en cause visaient le grand public en général, que le niveau d'attention du public pertinent était moyen et que le territoire pertinent était celui du Benelux, où les langues officielles sont le français, l'allemand, le néerlandais et le luxembourgeois.
- 21 La requérante, l'EIUIPO et l'intervenante ne contestent pas ces appréciations.

Sur la comparaison des produits

- 22 Aux points 27 à 35 de la décision attaquée, la chambre de recours a constaté que les produits en cause étaient en partie identiques et en partie similaires à un degré moyen.
- 23 Cette conclusion n'est pas contestée par les parties.

Sur la comparaison des signes

- 24 L'appréciation globale du risque de confusion doit, en ce qui concerne la similitude visuelle, phonétique ou conceptuelle des signes en conflit, être fondée sur l'impression d'ensemble produite par ceux-ci, en tenant compte, notamment, de leurs éléments distinctifs et dominants. La perception des marques qu'a le consommateur moyen des produits ou des services en cause joue un rôle déterminant dans l'appréciation globale dudit risque. À cet égard, le consommateur moyen perçoit normalement une marque comme un tout et ne se livre pas à un examen de ses différents détails (voir arrêt du 12 juin 2007, OHMI/Shaker, C-334/05 P, EU:C:2007:333, point 35 et jurisprudence citée).
- 25 L'appréciation de la similitude entre deux marques ne peut se limiter à prendre en considération uniquement un composant d'une marque complexe et à le comparer avec une autre marque. Il y a lieu, au contraire, d'opérer la comparaison en examinant les marques en cause, considérées chacune dans son ensemble, ce qui n'exclut pas que l'impression d'ensemble produite dans la mémoire du

public pertinent par une marque complexe puisse, dans certaines circonstances, être dominée par un ou plusieurs de ses composants (voir arrêt du 12 juin 2007, OHMI/Shaker, C-334/05 P, EU:C:2007:333, point 41 et jurisprudence citée). Ce n'est que si tous les autres composants de la marque sont négligeables que l'appréciation de la similitude pourra se faire sur la seule base de l'élément dominant (arrêt du 12 juin 2007, OHMI/Shaker, C-334/05 P, EU:C:2007:333, point 42). Tel pourrait notamment être le cas lorsque ce composant est susceptible de dominer à lui seul l'image de cette marque que le public pertinent garde en mémoire, de telle sorte que tous les autres composants de la marque sont négligeables dans l'impression d'ensemble produite par celle-ci (arrêt du 20 septembre 2007, Nestlé/OHMI, C-193/06 P, non publié, EU:C:2007:539, point 43).

Sur les éléments distinctifs et dominants des marques en conflit

- 26 Selon la jurisprudence, pour déterminer le caractère distinctif d'un élément composant une marque, il y a lieu d'apprécier l'aptitude plus ou moins grande de cet élément à contribuer à identifier les produits ou les services pour lesquels la marque a été enregistrée comme provenant d'une entreprise déterminée et donc à distinguer ces produits ou ces services de ceux d'autres entreprises. Lors de cette appréciation, il convient de prendre en considération notamment les qualités intrinsèques de l'élément en cause au regard de la question de savoir si celui-ci est ou non dénué de tout caractère descriptif des produits ou des services pour lesquels la marque a été enregistrée [voir ordonnance du 3 mai 2018, Siberian Vodka/EUIPO – Schwarze und Schlichte (DIAMOND ICE), T-234/17, non publiée, EU:T:2018:259, point 38 et jurisprudence citée].
- 27 Quant à l'appréciation du caractère dominant d'un ou 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 [arrêt du 23 octobre 2002, Matratzen Concord/OHMI – Hukla Germany (MATRATZEN), T-6/01, EU:T:2002:261, point 35].
- 28 C'est à la lumière de ces considérations qu'il convient d'apprécier l'existence éventuelle d'éléments distinctifs et dominants dans les marques en conflit.
- 29 En ce qui concerne la marque antérieure, la chambre de recours a indiqué que le terme « me », lequel était par ailleurs également présent dans la marque demandée, était un mot anglais de base qui serait perçu par le public pertinent comme le pronom personnel de la première personne du singulier, qui signifiait « moi ». Elle a donc considéré qu'il ne décrivait pas les caractéristiques des produits concernés. Néanmoins, selon la chambre de recours, le terme « me » faisait allusion à des articles de mode dotés d'une personnalité adaptée à l'esthétique personnelle de la personne qui les portait. Partant, elle en a conclu que l'élément « me » possédait un caractère distinctif inférieur à la moyenne, dans la mesure où il pouvait évoquer des caractéristiques des produits en cause.
- 30 En ce qui concerne la marque demandée, la chambre de recours a, d'emblée, considéré que le public pertinent était susceptible de la décomposer en les éléments « he », « & » et « me ». S'agissant du terme « he », la chambre de recours a conclu qu'il était dépourvu de caractère distinctif, car, étant un mot anglais de base qui serait perçu par le public pertinent comme le pronom personnel de la troisième personne du singulier utilisé pour désigner une personne de sexe masculin, il était descriptif d'une caractéristique des produits en cause, à savoir le sexe du groupe de clients cible. S'agissant de l'esperluette « & », utilisée entre les termes « he » et « me », la chambre de recours a considéré que, même s'il ne passait pas inaperçu auprès du public pertinent, étant le symbole utilisé à l'international pour faire référence au mot « plus » ou « et », il présentait un faible caractère distinctif. S'agissant du terme « me », la chambre de recours a estimé que, même si les mêmes considérations que celles formulées pour la marque antérieure ME s'appliquaient, ce terme serait perçu dans la marque demandée comme un élément distinct jouant un rôle distinctif qui lui était propre.
- 31 S'agissant de l'identification d'éventuels éléments dominants, la chambre de recours a conclu qu'aucun des éléments constitutifs de la marque demandée ne dominait l'impression d'ensemble de celle-ci.

Pour ce qui concernait la marque antérieure, composée d'un seul élément verbal, elle a considéré qu'elle ne comprenait pas non plus d'élément dominant.

- 32 La requérante fait valoir, premièrement, que la chambre de recours a commis une erreur d'appréciation en attribuant arbitrairement un caractère distinctif plus élevé à l'élément « me » qu'à l'élément « he ». Plus particulièrement, si, ainsi que l'a conclu la chambre de recours, le pronom « he » pourra se référer aux consommateurs qui achètent les produits pertinents, selon la requérante, il en ira de même pour le pronom « me », qui pourra identifier tout homme, femme ou personne non binaire achetant les produits en question. Par conséquent, les considérations de la décision attaquée relatives à la signification du terme « he » ne seraient pas cohérentes avec les considérations relatives à la signification du terme « me ».
- 33 Deuxièmement, s'agissant de l'esperluette « & », la requérante soutient que cet élément n'est pas lié aux produits en question et, dès lors, devra être considéré comme l'élément le plus distinctif de la marque demandée sans équivalent dans la marque antérieure, même si l'on doit suivre les considérations de la chambre de recours concernant l'élément verbal « me ».
- 34 L'EUIPO et l'intervenante contestent l'argumentation de la requérante.
- 35 En premier lieu, il convient de constater que, dans la marque demandée, le caractère distinctif de l'élément « he » est, tout au plus, faible et, en tout état de cause, pas plus élevé que celui de l'élément « me ».
- 36 Tout d'abord, il y a lieu de rappeler que, lorsque certains éléments d'une marque revêtent un caractère descriptif des produits et des services pour lesquels la marque est protégée ou des produits et des services désignés par la demande d'enregistrement, ces éléments ne se voient reconnaître qu'un caractère distinctif faible, voire très faible [voir, en ce sens, arrêts du 12 septembre 2007, Koipe/OHMI – Aceites del Sur (La Española), T-363/04, EU:T:2007:264, point 92, et du 13 décembre 2007, Cabrera Sánchez/OHMI – Industrias Cárnicas Valle (el charcutero artesano), T-242/06, non publié, EU:T:2007:391, point 52 et jurisprudence citée]. Ce caractère distinctif ne pourra, le plus souvent, leur être reconnu qu'en raison de la combinaison qu'ils forment avec les autres éléments de la marque. Du fait de leur faible, voire très faible, caractère distinctif, les éléments descriptifs d'une marque ne seront généralement pas considérés par le public pertinent comme étant dominants dans l'impression d'ensemble produite par celle-ci, sauf lorsque, en raison notamment de leur position ou de leur dimension, ils apparaissent comme susceptibles de s'imposer à la perception dudit public et d'être gardés en mémoire par celui-ci (voir arrêt du 13 décembre 2007, el charcutero artesano, T-242/06, non publié, EU:T:2007:391, point 53 et jurisprudence citée). Cela ne signifie toutefois pas que les éléments descriptifs d'une marque soient nécessairement négligeables dans l'impression d'ensemble produite par celle-ci. À cet égard, il convient, en particulier, de rechercher si d'autres éléments de la marque sont susceptibles de dominer, à eux seuls, l'image de celle-ci que le public pertinent garde en mémoire [arrêt du 20 septembre 2016, Excalibur City/EUIPO – Ferrero (MERLIN'S KINDERWELT), T-566/15, non publié, EU:T:2016:517, point 28].
- 37 En l'espèce, ainsi que la chambre de recours l'a estimé au point 42 de la décision attaquée, l'élément « he » est descriptif d'une caractéristique des produits en cause, dans la mesure où il vise à identifier le sexe du groupe de clients cibles, à savoir des clients de sexe masculin. Étant donné les différences existant habituellement entre l'habillement pour les hommes et les mêmes produits pour les femmes, le fait d'informer que les produits d'habillement sont destinés à une clientèle masculine représente une caractéristique essentielle des produits en cause qui est prise en compte par le public ciblé. Il en résulte que le mot « he » permet au public ciblé d'établir immédiatement et sans autre réflexion un rapport concret et direct entre cet élément et les vêtements pour une clientèle masculine [voir, en ce sens, arrêt du 27 février 2002, Ellos/OHMI (ELLOS), T-219/00, EU:T:2002:44, points 34 et 35]. L'élément « he » dans la marque demandée doit, dès lors, être considéré comme possédant un caractère distinctif, tout au plus, faible.
- 38 Quant à l'élément « me », celui-ci ne peut être considéré comme descriptif des produits en cause. Ainsi que la requérante le constate, il peut se référer à toute personne achetant les produits en question. Il

ne crée donc pas un lien suffisamment direct et concret avec les produits relevant de la classe 25. Dès lors, en l'absence d'un caractère descriptif, l'élément commun « me » possède une certaine valeur distinctive, même si celle-ci pourrait être jugée faible notamment dans le cas où, comme dans la décision attaquée, ce terme est considéré comme hautement allusif à la personnalité de l'utilisateur des produits en cause.

- 39 Or, en l'espèce, il n'est pas nécessaire de prendre position sur la question de savoir si, dans la marque demandée, l'élément « me » est plus distinctif que l'élément « he ». À cet égard, il suffit de constater que ce dernier n'est pas plus distinctif que le premier.
- 40 En effet, même en supposant que les deux éléments aient le même degré de caractère distinctif, cela ne saurait remettre en question la conclusion de la chambre de recours selon laquelle il existe un risque de confusion. Selon la jurisprudence rappelée aux points 17, 24 et 25 ci-dessus, le risque de confusion doit être apprécié globalement, selon la perception que le public pertinent a des signes et des produits ou des services en cause, et en tenant compte de tous les facteurs pertinents en l'espèce, notamment du principe d'interdépendance de la similitude des signes et de celle des produits ou des services désignés. Dans ce cadre, pour établir un risque de confusion, il n'est pas exigé que l'élément en commun des marques en conflit soit plus distinctif que les autres éléments de la marque demandée.
- 41 En l'espèce, la chambre de recours a suffisamment établi le risque de confusion en s'appuyant sur la présence d'autres facteurs pertinents, à savoir, premièrement, le fait que l'élément commun « me », seul élément de la marque antérieure, était entièrement contenu dans le signe demandé, de sorte qu'il fût suffisamment reconnaissable au sein de la marque demandée, deuxièmement, le fait que les éléments supplémentaires « he » et « & » dans la marque demandée possédaient un caractère distinctif, tout au plus faible, et, troisièmement, les similitudes entre les marques en conflit et entre les produits visés par celles-ci (voir également points 78 et 79 ci-dessous). L'argument de la requérante selon lequel, dans la décision attaquée, il a été erronément considéré que l'élément « me » était plus distinctif que l'élément « he » est, dès lors, sans incidence sur la légalité de ladite décision.
- 42 En second lieu, s'agissant de l'esperluette « & », ainsi que l'a conclu la chambre de recours au point 42 de la décision attaquée, cet élément sera perçu comme le symbole utilisé à l'international pour faire référence au mot « plus » ou « et ». Étant peu marquant en l'espèce, l'esperluette « & » n'attirera pas l'attention des consommateurs en présence d'éléments verbaux. Son caractère distinctif est, dès lors, tout au plus faible et, en tout état de cause, pas plus élevé que celui de l'élément « me ».
- 43 Au vu de ce qui précède, la chambre de recours a considéré, à juste titre, que les éléments supplémentaires « he » et « & » dans la marque demandée possédaient un caractère distinctif, tout au plus faible, et, en tout cas, pas plus élevé que celui de l'élément commun « me ».

Sur la similitude visuelle, phonétique et conceptuelle

- 44 Tout d'abord, il importe de rappeler que, selon la jurisprudence, lorsque le mot constituant la marque antérieure est entièrement contenu dans la marque demandée, cette circonstance constitue une indication de la similitude entre ces deux marques [arrêt du 21 mars 2011, *Visti Beheer/OHMI – Meister (GOLD MEISTER)*, T-372/09, non publié, EU:T:2011:97, point 27 ; voir également, en ce sens, arrêts du 20 avril 2018, *holyGhost/EUIPO – CBM (holyGhost)*, T-439/16, non publié, EU:T:2018:197, point 33, et du 11 novembre 2009, *REWE-Zentral/OHMI – Aldi Einkauf (Clima)*, T-150/08, non publié, EU:T:2009:431, point 38].
- 45 En l'espèce, la chambre de recours a considéré que les signes en conflit présentaient globalement un degré de similitude moyen sur les plans visuel, phonétique et conceptuel. La similitude visuelle était moyenne, étant donné que les signes coïncidaient par l'élément « me », à savoir l'élément unique de la marque antérieure entièrement contenu dans la marque demandée, et ne différaient que par l'élément supplémentaire « he », présent au début de la marque demandée, et par le symbole « & », placé après cet élément supplémentaire. La légère stylisation de la marque demandée était assez courante et minime pour pouvoir jouer un rôle important dans la comparaison des signes en conflit.

La similitude phonétique était moyenne, car la prononciation des signes coïncidait eu égard au son des lettres « me », entièrement contenu dans la marque demandée et prononcé de la même manière, et ne différait que par le son des éléments supplémentaires « he » et « & ». La similitude conceptuelle était moyenne en raison du fait que les marques faisaient toutes les deux référence à des pronoms, la marque antérieure, à une seule personne, « moi » et la marque demandée, à deux personnes, « moi » et « lui ».

- 46 La requérante soutient, en substance, que cinq erreurs ont été commises lors de la comparaison des signes en conflit. Premièrement, la requérante reproche à la chambre de recours d'avoir complètement ignoré deux éléments de la marque demandée, « he » et « & », et, plus généralement, de ne pas avoir effectué une appréciation des signes en conflit dans leur ensemble. Deuxièmement, sur le plan visuel, la chambre de recours n'aurait pas tenu compte de la stylisation de la marque demandée, qui mettrait en valeur les différences entre les marques en conflit. Troisièmement, sur le plan phonétique, la chambre de recours n'aurait pas suffisamment pris en considération la prononciation différente des marques en conflit, en une et trois syllabes respectivement, qui aboutirait à un rythme et une intonation différents. Quatrièmement, sur le plan conceptuel, la chambre de recours aurait ignoré le fait que la marque antérieure renvoyait à une seule personne, tandis que la marque demandée renvoyait à une pluralité de personnes différentes. Cinquièmement, la chambre de recours n'aurait pas apprécié la différence en termes de longueur des signes en conflit et de positionnement de l'élément commun.
- 47 L'EUIPO et l'intervenant contestent l'argumentation de la requérante.
- 48 En premier lieu, il ressort de la décision attaquée que la chambre de recours a dûment pris en considération les éléments « he » et « & » à plusieurs reprises, à savoir aux points 42, 44 à 46, 58 et 59 de la décision attaquée, dans son appréciation des similitudes des signes en conflit.
- 49 En effet, la chambre de recours a relevé que les deux marques différaient, en substance, par l'existence de ces deux éléments dans la marque demandée. Toutefois, elle a estimé que, même si les éléments supplémentaires « he » et « & » de la marque demandée ne passeraient pas totalement inaperçus auprès du public pertinent, lesdits éléments, dès lors qu'ils présentaient tous deux un caractère distinctif tout au plus réduit, n'auraient pas empêché le public pertinent de remarquer la présence de l'élément commun « me ». La présence de ces éléments ne l'emporterait dès lors pas sur les similitudes constatées.
- 50 Il s'ensuit que la requérante ne saurait reprocher à la chambre de recours d'avoir ignoré les éléments « he » et « & ».
- 51 De même, contrairement à ce que la requérante affirme, et ainsi qu'il ressort des points 52 à 65 ci-après, la chambre de recours a tenu suffisamment compte des autres éléments pertinents afin d'effectuer une appréciation des signes en conflit dans leur ensemble, tels que les différences en termes de stylisation, de nombre de syllabes, de longueur, de positionnement de l'élément commun et de désignation d'une seule ou de deux personnes.
- 52 En deuxième lieu, s'agissant de la similitude visuelle, les arguments de la requérante ne permettent pas de remettre en cause la conclusion de la chambre de recours selon laquelle les marques en conflit présentent un degré de similitude moyen.
- 53 Il convient de constater que, ainsi qu'il ressort du point 44 de la décision attaquée, la légère stylisation de la marque demandée est assez courante et minime. Elle joue donc, tout au plus, un rôle secondaire dans la comparaison.
- 54 En outre, s'il est vrai que les éléments supplémentaires « he » et « & » de la marque demandée sont placés au début du signe demandé et le rendent plus long que la marque antérieure, en l'espèce, ces facteurs ne sont pas susceptibles de neutraliser les similitudes entre les deux marques en conflit, notamment en raison de l'élément commun et identique « me ».

- 55 L'argument de la requérante selon lequel une petite différence entre deux marques courtes est davantage susceptible de créer une impression générale différente par rapport aux marques longues pour lesquels le public perçoit moins ces différences ne saurait remettre en cause les similitudes entre les marques en conflit, étant donné, notamment, que, en l'espèce, la marque antérieure est intégralement reproduite dans la marque demandée.
- 56 S'agissant de la position de l'élément commun « me » à la fin de la marque demandée et des éléments supplémentaires « he » et « & » respectivement au début et au milieu de ladite marque, il est vrai que, généralement, le consommateur prête une plus grande attention au début d'un signe verbal qu'à sa fin. Néanmoins, cette considération ne saurait valoir dans tous les cas et ne saurait remettre en cause le principe général selon lequel l'examen de la similitude des marques doit prendre en compte l'impression d'ensemble produite par ces marques, dès lors que le consommateur moyen perçoit normalement une marque comme un tout et ne se livre pas à l'examen de ses différents détails [voir arrêt du 13 juillet 2017, Migros-Genossenschafts-Bund/EUIPO – Luigi Lavazza (CREMESPRESSO), T-189/16, non publié, EU:T:2017:488, point 48 et jurisprudence citée]. Dès lors, le Tribunal ne doit pas partir de la prémisse que le consommateur prête une plus grande attention au début d'un signe verbal composé qu'à sa fin. Il peut considérer que la fin des signes faisant l'objet de la procédure d'opposition est plus distinctive ou dominante que le début de ces signes ou, encore, que l'un des éléments desdits signes n'est pas plus distinctif ou dominant que l'autre (voir, en ce sens, ordonnance du 28 juin 2012, TofuTown.com/Meica, C-599/11 P, non publiée, EU:C:2012:403, point 31).
- 57 En l'espèce, la partie initiale du signe demandé n'est pas susceptible de retenir davantage l'attention du public pertinent que les parties suivantes. À cet égard, il convient de rappeler que les éléments « he » et « & » au début et au milieu du signe demandé sont, tout au plus, faiblement distinctifs, de sorte que, indépendamment de leur positionnement, ils ne sont pas particulièrement susceptibles de capter l'attention du public pertinent et de neutraliser l'impact de l'élément commun et identique « me ».
- 58 En outre, le fait que ce dernier élément apparaît à la fin du signe demandé ne signifie pas que le public pertinent lui accordera moins de poids, surtout lorsque le signe demandé est relativement court et que l'élément à la fin est facilement identifiable en raison de l'esperluette.
- 59 En troisième lieu, s'agissant de la similitude phonétique, il y a lieu de confirmer la conclusion de la chambre de recours, selon laquelle les marques en conflit présentent un degré moyen de similitude phonétique, nonobstant les éléments supplémentaires « he » et « & » de la marque demandée.
- 60 Certes, ainsi que le soutient la requérante, le nombre de syllabes associées à la prononciation des marques en conflit est différent. Cependant, dans le cadre de la présente affaire, où la marque demandée reproduit entièrement le seul élément verbal de la marque antérieure, à savoir le mot « me », qui est identique à celui de la marque demandée, clairement audible et prononcé de la même manière, cette différence n'est pas susceptible de contrebalancer les similitudes phonétiques de la prononciation identique de l'élément commun « me ».
- 61 Quant à l'argument de la requérante relatif au fait que le consommateur prête en général une plus grande importance au début d'une marque qu'à sa fin, il suffit de constater que les considérations figurant aux points 54 à 58 ci-dessus sont également valables en ce qui concerne la comparaison phonétique des signes en conflit.
- 62 En quatrième lieu, s'agissant de la similitude conceptuelle, ainsi que l'a estimé la chambre de recours, il convient de relever que les marques en conflit font toutes deux référence à des pronoms personnels et ont le pronom « me » (moi) en commun, qui véhicule le même concept dans les deux marques.
- 63 Toutefois, comme l'a constaté la chambre de recours, le terme « me » de la marque antérieure signifie « moi » et, ainsi, désigne une seule personne, dont le sexe n'est pas précisé, tandis que la marque demandée désigne deux personnes, dont l'une de sexe masculin. La marque demandée peut donc être comprise comme faisant allusion à un couple ou à un groupe de deux personnes. Contrairement à ce qu'avancent l'EUIPO et l'intervenante, par cette différence, les marques en conflit pourront être

perçues comme renvoyant à des concepts en partie différents, ce qui est susceptible de réduire la similitude conceptuelle entre elles.

- 64 Partant, il convient de considérer que les marques en conflit présentent un degré de similitude conceptuelle faible, et non moyen, comme l'a retenu la chambre de recours.
- 65 Dans ces conditions, il convient de constater que les arguments de la requérante ne permettent pas d'établir que la chambre de recours a commis une erreur d'appréciation en considérant que les marques en conflit présentaient un degré de similitude moyen sur les plans visuel et phonétique. En revanche, les marques en conflit présentent un degré de similitude conceptuelle faible.

Sur le caractère distinctif de la marque antérieure

- 66 Aux points 48 à 50 de la décision attaquée, la chambre de recours a estimé que le caractère distinctif intrinsèque de la marque antérieure était inférieur à la moyenne, dans la mesure où elle faisait fortement allusion à des articles de mode qui reflétaient la personnalité de celui qui les portait.
- 67 L'intervenante conteste cette appréciation. Selon elle, le terme « me » n'a pas de sens pour le public pertinent dans les pays du Benelux par rapport aux produits de la classe 25. Non seulement le mot « me » ne les décrirait pas, mais aussi, contrairement à ce que la chambre de recours a conclu, il n'y ferait pas allusion. De plus, même en supposant que « me » pût faire allusion à la personnalité de l'utilisateur, cela n'entraînerait pas automatiquement un caractère distinctif moindre pour les produits concernés. En l'espèce, dans la mesure où le terme « me » pourrait d'une certaine manière faire référence à la personnalité de l'utilisateur, ce lien ne serait pas suffisamment direct pour rendre la marque descriptive, ou même faiblement distinctive, pour les produits de la classe 25. Par conséquent, n'étant ni descriptive ni allusive, la marque antérieure présenterait au moins un caractère distinctif moyen.
- 68 À cet égard, force est de constater que, en l'espèce, le grief de l'intervenante est sans incidence sur la légalité de la décision attaquée. En effet, la conclusion de la chambre de recours sur l'existence d'un risque de confusion doit être confirmée, indépendamment du degré de caractère distinctif de la marque antérieure (voir également point 41 ci-dessus et points 78 et 79 ci-après). Dans ces conditions, la question de savoir si la marque antérieure ME est allusive et donc distinctive à un degré inférieur à la moyenne, ainsi que l'a constaté la chambre de recours, ou distinctive à un degré moyen, ainsi que l'affirme l'intervenante, n'affecte nullement la légalité de la décision attaquée.
- 69 En tout état de cause, l'argumentation de l'intervenante ne contient aucun élément permettant de conclure que la marque antérieure présente au moins un caractère distinctif moyen. À cet égard, il y a lieu de constater, à l'instar de la chambre de recours, que ladite marque possède un caractère distinctif faible, vu que le terme « me » pourrait être considéré comme allusif aux articles de mode qui reflètent la personnalité de l'utilisateur.

Sur l'appréciation globale du risque de confusion

- 70 L'appréciation globale du risque de confusion implique une certaine interdépendance des facteurs pris en compte et, notamment, de la similitude des marques et de celle des produits ou des services désignés. Ainsi, un faible degré de similitude entre les produits ou les services désignés peut être compensé par un degré élevé de similitude entre les marques, et inversement [arrêts du 29 septembre 1998, Canon, C-39/97, EU:C:1998:442, point 17, et du 14 décembre 2006, Mast-Jägermeister/OHMI – Licorera Zacapaneca (VENADO avec cadre e.a.), T-81/03, T-82/03 et T-103/03, EU:T:2006:397, point 74].
- 71 En appliquant le principe d'interdépendance, la chambre de recours a constaté que, compte tenu de tous les facteurs pertinents, notamment la similitude des produits en cause et la similitude des signes en conflit, et malgré le caractère distinctif inférieur à la moyenne de la marque antérieure, il existait un risque de confusion à tout le moins pour une partie du public pertinent. Le fait que l'élément commun des marques, à savoir le terme « me », qui constituait l'unique élément de la marque antérieure, fût entièrement contenu dans la marque demandée et serait mémorisé par le public pertinent comme un

élément indépendant, était aussi un facteur pertinent dans l'appréciation de la chambre de recours. Selon cette dernière, au vu de ces facteurs, dans la mesure où le public pertinent gardera en mémoire l'élément verbal « me » de la marque antérieure, lorsqu'il sera confronté à des produits du même type que ceux couverts par la marque demandée, dans lesquels il identifiera clairement l'élément commun « me », il est probable qu'il croie que ces produits ont la même origine commerciale. Aussi, eu égard au secteur de la mode où les entreprises utilisent des marques secondaires pour distinguer une gamme de produits d'une autre ou l'esperluette « & » pour désigner un comarquage, la chambre de recours ne saurait exclure que les consommateurs pertinents percevront la marque demandée comme une variante ou une sous-marque du signe antérieur associée à une gamme de produits spécifique, ou encore comme le résultat d'une initiative de comarquage à laquelle participerait ladite marque.

- 72 La requérante soutient en substance que, puisque l'élément commun « me » des marques en conflit possède un caractère distinctif faible, la similitude existant entre eux résultant de cet élément ne saurait suffire à conclure à l'existence d'un risque de confusion.
- 73 En outre, la requérante fait valoir que la chambre de recours n'a pas tenu compte d'autres affaires, notamment concernant la marque antérieure ME et des marques similaires à celle demandée dans la présente affaire, dans lesquelles l'EUIPO n'a constaté aucun risque de confusion.
- 74 L'EUIPO et l'intervenante contestent l'argumentation de la requérante.
- 75 En premier lieu, contrairement à ce qu'avance la requérante, le fait que l'élément « me » soit considéré comme faiblement distinctif ne suffit pas à exclure un risque de confusion.
- 76 À cet égard, il convient de relever que la reconnaissance d'un caractère faiblement distinctif de la marque antérieure n'empêche pas de constater l'existence d'un risque de confusion. En effet, si le caractère distinctif de la marque antérieure doit être pris en compte pour apprécier le risque de confusion, il n'est qu'un élément parmi d'autres intervenant lors de cette appréciation. Ainsi, même en présence d'une marque antérieure présentant un caractère distinctif faible, il peut exister un risque de confusion, notamment en raison d'une similitude des signes et des produits ou des services visés [voir arrêt du 13 décembre 2007, Xentral/OHMI – Pages jaunes (PAGESJAUNES.COM), T-134/06, EU:T:2007:387, point 70 et jurisprudence citée ; voir également, en ce sens, arrêt du 18 juin 2020, Primart/EUIPO, C-702/18 P, EU:C:2020:489, point 55].
- 77 À l'inverse, accorder une valeur prédominante au caractère faiblement distinctif d'une marque dans l'appréciation du risque de confusion mènerait à conclure que, dès lors qu'une marque ne serait dotée que d'un faible caractère distinctif, un risque de confusion n'existerait qu'en cas de reproduction complète de celle-ci par la marque dont l'enregistrement est demandé, et ce quel que soit le degré de similitude entre les marques en conflit. Un tel résultat ne serait, toutefois, pas conforme à la nature même de l'appréciation globale que les autorités compétentes sont chargées d'effectuer en vertu de l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement 2017/1001 [arrêt du 25 avril 2018, Perfumes y Aromas Artesanales/EUIPO – Aromas Selective (Aa AROMAS artesanales), T-426/16, non publié, EU:T:2018:223, point 108 ; voir également, en ce sens, arrêt du 15 mars 2007, T.I.M.E. ART/OHMI, C-171/06 P, non publié, EU:C:2007:171, point 41 et jurisprudence citée].
- 78 En l'espèce, la chambre de recours, tout en reconnaissant le caractère distinctif faible de la marque antérieure, s'est appuyée à juste titre sur des motifs pertinents et suffisants pour conclure à l'existence d'un risque de confusion, à savoir, notamment, le fait que l'élément commun « me », seul élément de la marque antérieure, est entièrement contenu dans le signe demandé. En effet, la marque antérieure incluse à l'identique ne sera pas dissimulée dans la marque demandée, ni ne passera à l'arrière-plan, mais sera suffisamment reconnaissable au sein de celle-ci [voir, en ce sens et par analogie, arrêt du 14 juin 2017, Aydin/EUIPO – Kaporal Groupe (ROYAL & CAPORAL), T-95/16, non publié, EU:T:2017:388, point 74 et jurisprudence citée]. La présence de l'esperluette « & », qui sépare et, dès lors, met en exergue les deux éléments verbaux de la marque demandée, renforce cette impression. De surcroît, les éléments supplémentaires « he » et « & » dans la marque demandée possèdent un caractère distinctif, tout au plus, faible et, en tout cas, pas plus élevé que celui de l'élément commun « me ».

- 79 C'est également à juste titre que la chambre de recours a tenu compte des similitudes entre les marques en conflit et entre les produits visés par celles-ci. Les marques en conflit sont globalement similaires, car elles présentent un degré de similitude moyen sur les plans visuel et phonétique, même s'il convient de constater qu'elles ne sont que faiblement similaires sur le plan conceptuel. Les produits couverts par les marques en conflit sont en partie identiques et en partie similaires à un degré moyen.
- 80 Partant, lesdits facteurs pertinents, considérés globalement, permettent de conclure à l'existence d'un risque de confusion.
- 81 En second lieu, s'agissant des décisions précédentes de l'EUIPO auxquelles la requérante fait référence, il suffit de rappeler que l'EUIPO est appelé à décider en fonction des circonstances de chaque cas d'espèce et qu'il n'est pas lié par des décisions antérieures prises dans d'autres affaires. En effet, la légalité des décisions de la chambre de recours doit être appréciée uniquement sur le fondement du règlement 2017/1001 et non sur celui d'une pratique décisionnelle antérieure à celles-ci. En outre, dans le cadre de son contrôle de légalité, le Tribunal n'est pas lié par la pratique décisionnelle de l'EUIPO [arrêt du 26 avril 2007, Alcon/OHMI, C-412/05 P, EU:C:2007:252, point 65 ; voir également, en ce sens, arrêt du 22 avril 2008, Casa Editorial el Tiempo/OHMI – Instituto Nacional de Meteorología (EL TIEMPO), T-233/06, non publié, EU:T:2008:121, point 48].
- 82 Par conséquent, il convient de constater que, au terme d'une appréciation globale, c'est à juste titre que la chambre de recours a conclu à l'existence d'un risque de confusion, au sens de l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement 2017/1001.
- 83 Au vu de l'ensemble des considérations qui précèdent, le moyen unique soulevé par la requérante ne pouvant être accueilli, il y a lieu de rejeter le recours.

Sur les dépens

- 84 Aux termes de l'article 134, paragraphe 1, du règlement de procédure du Tribunal, toute partie qui succombe est condamnée aux dépens, s'il est conclu en ce sens.
- 85 La requérante ayant succombé, il y a lieu de la condamner aux dépens, conformément aux conclusions de l'EUIPO et de l'intervenante.
- 86 En outre, l'intervenante a conclu à la condamnation de la requérante aux dépens exposés aux fins de la procédure devant la chambre de recours. À cet égard, il suffit de constater que, dès lors que le présent arrêt rejette le recours dirigé contre la décision attaquée, c'est le point 2 du dispositif de cette dernière qui continue à régler les dépens exposés dans la procédure de recours devant l'EUIPO [voir, en ce sens, arrêt du 19 octobre 2017, Aldi/EUIPO – Sky (SKYLITE), T-736/15, non publié, EU:T:2017:729, point 131].

Par ces motifs,

LE TRIBUNAL (huitième chambre)

déclare et arrête :

- 1) Le recours est rejeté.**
- 2) Canai Technology Co. Ltd est condamnée aux dépens.**

Kornezov

Kecsmár

Kingston

Ainsi prononcé en audience publique à Luxembourg, le 1^{er} mars 2023.