Recueil de la jurisprudence

DOCUMENT DE TRAVAIL

ARRÊT DU TRIBUNAL (neuvième chambre)

8 novembre 2018 *

« Marque de l'Union européenne – Procédure de déchéance – Marque de l'Union européenne verbale SPINNING – Déclaration partielle de déchéance – Article 51, paragraphe 1, sous b), du règlement (CE) nº 207/2009 [devenu article 58, paragraphe 1, sous b), du règlement (UE) 2017/1001] »

Dans l'affaire T-718/16,

Mad Dogg Athletics, Inc., établie à Los Angeles, Californie (États-Unis), représentée par Me J. Steinberg, avocat,

partie requérante,

contre

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

partie défenderesse,

l'intervenante devant le Tribunal, anciennement Aerospinning Master Franchising, Ltd., s.r.o., l'autre partie à la procédure devant la chambre de recours de l'EUIPO, étant

Aerospinning Master Franchising, s.r.o., établie à Prague (République tchèque), représentée par Me K. Labalestra, avocat,

ayant pour objet un recours formé contre la décision de la cinquième chambre de recours de l'EUIPO du 21 juillet 2016 (affaire R 2375/2014-5), relative à une procédure de déchéance entre Aerospinning Master Franchising et Mad Dogg Athletics,

LE TRIBUNAL (neuvième chambre),

composé de M. S. Gervasoni, président, Mme K. Kowalik-Bańczyk et M. C. Mac Eochaidh (rapporteur), juges,

greffier : M. I. Dragan, administrateur,

vu la requête déposée au greffe du Tribunal le 4 octobre 2016,

vu le mémoire en réponse de l'EUIPO déposé au greffe du Tribunal le 17 mars 2017,

* Langue de procédure : l'anglais.

vu le mémoire en réponse de l'intervenante déposé au greffe du Tribunal le 24 mars 2017,

à la suite de l'audience du 15 mars 2018,

rend le présent

Arrêt

Antécédents du litige

1 Le 1er avril 1996, la requérante, Mad Dogg Athletics, Inc., a présenté une demande d'enregistrement de la marque verbale SPINNING (ci-après la « marque contestée ») à l'Office de l'Union européenne pour la propriété intellectuelle (EUIPO), en vertu du règlement (CE) nº 40/94 du Conseil, du 20 décembre 1993, sur la marque communautaire (JO 1994, L 11, p. 1), tel que modifié [remplacé par le règlement (CE) nº 207/2009 du Conseil, du 26 février 2009, sur la marque de l'Union européenne (JO 2009, L 78, p. 1), tel que modifié, lui-même remplacé par le règlement (UE) 2017/1001 du Parlement européen et du Conseil, du 14 juin 2017, sur la marque de l'Union européenne (JO 2017, L 154, p. 1)].

2 Le 3 avril 2000, la marque contestée a été enregistrée pour les produits et les services relevant des classes 9, 28 et 41 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, pour chacune de ces classes, à la description suivante :

– classe 9 : « Cassettes audio et vidéo » ;

– classe 28 : « Équipements d'exercice » ;

– classe 41 : « Entraînement physique ».

3 Le 8 février 2012, l'intervenante, Aerospinning Master Franchising, s.r.o., a introduit une demande de déchéance partielle de la marque contestée conformément à l'article 51, paragraphe 1, sous b), du règlement nº 207/2009 (devenu article 58, paragraphe 1, sous b), du règlement 2017/1001). Cette demande portait sur les produits compris dans la classe 28 et sur les services compris dans la classe 41.

4 Le 21 juillet 2014, la division d'annulation a déclaré la requérante déchue de ses droits dans leur intégralité.

5 Le 12 septembre 2014, la requérante a formé un recours auprès de l'EUIPO contre la décision de la division d'annulation.

6 Par décision du 21 juillet 2016 (ci-après la « décision attaquée »), la cinquième chambre de recours de l'EUIPO a partiellement annulé la décision de la division d'annulation, dans la mesure où celle-ci visait les produits relevant de la classe 9, alors que ces produits ne faisaient pas l'objet de la demande en déchéance partielle introduite par l'intervenante. Sur le fondement de l'article 51, paragraphe 1, sous b), du règlement nº 207/2009, le recours a été rejeté pour le surplus. À cet égard, premièrement, la chambre de recours a indiqué, aux points 23 à 27 de la décision attaquée, que les causes de déchéance devaient être appréciées à la date du dépôt de la demande en déchéance. Deuxièmement, aux points 28 à 33 de la décision attaquée, elle a estimé que la prétendue transformation de la marque contestée en une désignation usuelle des produits et des services en cause devait être examinée en tenant compte de la perception des utilisateurs finals tchèques. Partant, elle a refusé d'examiner des preuves contraires rapportées par la requérante et concernant ses activités visant à

défendre sa marque dans d'autres États membres que la République tchèque. Troisièmement, aux points 34 à 47 de la décision attaquée, la chambre de recours a considéré que les preuves qui avaient été présentées au cours de la procédure attestaient que le terme « spinning » était devenu, en République tchèque, la désignation usuelle d'un type d'« entraînement physique » et des « équipements d'exercice » utilisés pour cet entraînement. Quatrièmement, aux points 48 à 56 de la décision attaquée, elle a estimé que le fait que la marque contestée était devenue une désignation usuelle était imputable à une activité insuffisante de la requérante pour protéger sa marque en République tchèque. Cinquièmement, aux points 57 à 61 de la décision attaquée, elle a estimé que plusieurs décisions de l'Úřad průmyslového vlastnictví (Office de la propriété industrielle, République tchèque) et des juridictions tchèques confirmaient que la requérante n'avait pas été suffisamment vigilante et n'avait pas consenti des efforts raisonnables pour protéger sa marque en République tchèque.

Conclusions des parties

7 La requérante conclut à ce qu'il plaise au Tribunal :

– annuler la décision attaquée en ce qu'elle a prononcé la déchéance de la marque contestée pour les produits « équipements d'exercice », compris dans la classe 28, et le service « entraînement physique », compris dans la classe 41 ;

– condamner l'EUIPO aux dépens.

8 L'EUIPO conclut à ce qu'il plaise au Tribunal :

– rejeter le recours ;

– condamner la requérante aux dépens.

9 L'intervenante conclut à ce qu'il plaise au Tribunal :

– rejeter le recours ;

– condamner la requérante aux dépens.

En droit

10 À l'appui de son recours, la requérante invoque, en substance, trois moyens pris de la violation, premièrement, de l'article 51, paragraphe 1, sous b), du règlement nº 207/2009, deuxièmement, de l'article 41, paragraphe 2, sous a) de la charte des droits fondamentaux de l'Union européenne et, troisièmement, de l'article 41, paragraphe 2, sous c) de la charte des droits fondamentaux.

11 Le premier moyen repose, en substance, sur quatre griefs relatifs, le premier, à des erreurs de droit quant à la date pertinente devant être prise en compte aux fins de l'appréciation de la cause de déchéance, le deuxième, au territoire pertinent devant être pris en compte aux fins de l'appréciation de la cause de déchéance, le troisième, au public pertinent devant être pris en compte aux fins de l'appréciation de la cause de déchéance et, le quatrième, à une appréciation erronée des éléments de preuve.

Sur le premier grief du premier moyen, relatif à une erreur de droit quant à la date pertinente devant être prise en compte aux fins de l'appréciation de la cause de déchéance

12 La requérante soutient, en substance, que la chambre de recours a violé l'article 51, paragraphe 1, sous b), du règlement nº 207/2009 en considérant que le moment pertinent pour l'appréciation de la cause de déchéance était le jour où l'intervenante a introduit sa demande de déchéance de la marque contestée. Pour la requérante, le moment pertinent pour apprécier si la marque contestée s'est transformée en une désignation usuelle n'est pas celui de l'introduction de la demande en déchéance, mais celui de la décision, ayant autorité de chose jugée, faisant suite à cette demande. Selon la requérante, la cause de la déchéance devrait encore exister au moment où la décision prononçant la déchéance est adoptée.

13 L'EUIPO et l'intervenante contestent cette argumentation.

14 À cet égard, en premier lieu, il convient de relever que l'article 55, paragraphe 1, du règlement nº 207/2009 (devenu article 62, paragraphe 1, du règlement 2017/1001) dispose :

« La marque de l'Union européenne est réputée n'avoir pas eu, à compter de la date de la demande en déchéance ou de la demande reconventionnelle, les effets prévus au présent règlement, selon que le titulaire est déclaré déchu de ses droits en tout ou en partie. Une date antérieure, à laquelle est survenue l'une des causes de la déchéance, peut être fixée dans la décision, sur demande d'une partie ».

15 Comme l'a estimé, à bon droit, la chambre de recours au point 24 de la décision attaquée, lorsque la déchéance d'une marque de l'Union européenne est prononcée, cette déchéance est effective à compter de la demande en déchéance ou, à la demande d'une partie, à compter d'une date antérieure à laquelle est survenue l'une des causes de cette déchéance.

16 En revanche, force est de constater que le législateur de l'Union européenne n'a pas prévu que la déchéance puisse déployer ses effets à partir d'une date postérieure à celle de la demande en déchéance.

17 Il ressort donc du libellé même de l'article 55, paragraphe 1, du règlement nº 207/2009 que la décision de déchéance doit se fonder sur l'une des causes visées à l'article 51 du règlement nº 207/2009 existant au plus tard à la date d'introduction de la demande en déchéance. En conséquence, et contrairement à ce que soutient la requérante, il se déduit de cette disposition que l'existence de la cause de déchéance doit être examinée conformément au contexte factuel et juridique existant au plus tard à ladite date.

18 En deuxième lieu, il a déjà été jugé, en ce qui concerne l'article 12, paragraphe 1, de la première directive 89/104/CEE du Conseil, du 21 décembre 1988, rapprochant les législations des États membres sur les marques (JO 1989, L 40, p. 1), et en ce qui concerne l'article 51, paragraphe 1, sous a), du règlement nº 207/2009 [devenu article 58, paragraphe 1, sous a), du règlement 2017/1001], dont les libellés sont identiques, que, s'agissant de la déchéance d'une marque pour défaut d'usage sérieux, seules les circonstances qui sont antérieures à la présentation de la demande en déchéance doivent être prises en compte, sans préjudice toutefois de la prise en considération d'éventuelles circonstances postérieures à la présentation qui peuvent permettre de confirmer ou de mieux apprécier la portée de l'utilisation de la marque au cours de la période pertinente ainsi que les intentions réelles du titulaire au cours de la même période [ordonnance du 27 janvier 2004, La Mer Technology, C-259/02, EU:C:2004:50, points 29 à 33, et arrêt du 2 février 2016, Benelli Q. J./OHMI – Demharter (MOTOBI B PESARO), T-171/13, EU:T:2016:54, point 87].

19 Premièrement et contrairement à ce que soutient la requérante, cette jurisprudence ayant pour contexte la déchéance des droits du titulaire d'une marque pour défaut d'usage sérieux de celle-ci est transposable, mutatis mutandis, dans le cadre de l'examen d'une demande de déchéance d'une marque

au motif qu'elle serait devenue la désignation usuelle d'un produit ou d'un service dans le commerce. Cette solution s'impose dès lors que la règle énoncée à l'article 55, paragraphe 1, du règlement nº 207/2009 s'applique sans distinguer les causes de déchéance visées à l'article 51, paragraphe 1, du même règlement.

20 Deuxièmement, il ressort du dossier que, contrairement aux exigences de la jurisprudence rappelée au point 18 ci-dessus, la requérante ne vise pas, par la production d'éléments postérieurs à la demande en déchéance, à confirmer ou à mieux faire apprécier des circonstances prévalant à cette date ou antérieures à celle-ci. Au contraire, elle entend se réserver la possibilité de démontrer que la cause de déchéance pourrait ne plus exister après le dépôt de la demande en déchéance. Suivre l'argumentation de la requérante reviendrait donc à méconnaître la lettre de l'article 55, paragraphe 1, du règlement nº 207/2009, dès lors que cette disposition n'a pas prévu un tel cas de figure.

21 En troisième lieu, la requérante soutient qu'il devrait être tenu compte des efforts accomplis par le titulaire d'une marque après le dépôt de la demande en déchéance, dans la mesure où ces efforts auraient entraîné un revirement de la perception du public pertinent. Dans une telle hypothèse, le signe contesté aurait ainsi été considéré, par le public pertinent, comme une désignation usuelle au moment du dépôt de la demande en déchéance, mais il aurait ensuite perdu ce caractère générique pour être à nouveau apprécié comme une marque par ledit public au moment où la décision sur la déchéance est adoptée.

22 Même à admettre la possibilité d'un tel revirement de perception, celui-ci ne permettrait pas de faire échec à la règle énoncée à l'article 55, paragraphe 1, du règlement nº 207/2009 exigeant que l'existence de la cause de déchéance soit examinée conformément au contexte factuel et juridique existant au plus tard le jour de l'introduction de la demande en déchéance. En tout état de cause, si ce revirement de perception était avéré, il serait toujours loisible à la requérante de demander, à nouveau, à l'EUIPO d'enregistrer sa marque.

23 En dernier lieu, la requérante affirme, au point 8 de la requête, qu'elle serait en droit, à tous les stades de la procédure précédant le moment où la décision de l'EUIPO acquiert l'autorité de chose jugée, de communiquer des preuves relatives aux efforts et activités réalisés postérieurement à la demande en déchéance en vue d'éclairer le public sur le caractère de marque du signe verbal SPINNING ou aux fins de protéger cette marque.

24 Cette argumentation ne saurait davantage prospérer.

25 Premièrement, cette argumentation est en contradiction avec l'affirmation, exprimée au point 7 de la requête et renvoyant implicitement à l'article 76, paragraphe 2, du règlement nº 207/2009 (devenu article 95, paragraphe 2, du règlement 2017/1001), aux termes de laquelle les parties ne peuvent produire des preuves que dans les délais fixés par l'EUIPO pour présenter des observations.

26 Deuxièmement, l'éventuelle prise en considération de preuves qui n'ont pas été produites dans le délai imparti par l'EUIPO, mais qui le sont à un stade ultérieur, ne peut être acceptée, au titre de l'article 76, paragraphe 2, du règlement nº 207/2009, que en complément d'éléments de preuve ayant été produits dans ledit délai (voir, en ce sens, arrêts du 18 juillet 2013, New Yorker SHK Jeans/OHMI, C-621/11 P, EU:C:2013:484, point 30, et du 26 septembre 2013, Centrotherm Systemtechnik/OHMI et centrotherm Clean Solutions, C-610/11 P, EU:C:2013:593, points 113 et 114). Si cette disposition admet ainsi la prise en compte de preuves tardives mais complémentaires, elle n'autorise pas, en revanche, la chambre de recours à étendre son pouvoir d'appréciation à des preuves nouvelles (voir, en ce sens, arrêt du 21 juillet 2016, EUIPO/Grau Ferrer, C-597/14 P, EU:C:2016:579, points 25 à 27).

27 L'application de cette jurisprudence qui admet, sous conditions, des preuves produites tardivement ne saurait toutefois conduire à méconnaître la lettre et l'effet utile de l'article 55, paragraphe 1, du règlement nº 207/2009. Des preuves tardives, en particulier si elles ont trait à des faits postérieurs à la

date de la demande en déchéance, ne sont ainsi susceptibles d'être prises en compte que si, conformément à ce qui est indiqué aux points 18 à 20 ci-dessus, elles confirment ou font mieux apprécier des circonstances antérieures à la date de la demande en déchéance ou prévalant à cette date.

28 Compte tenu de l'ensemble de ces éléments, il y a lieu de rejeter le premier grief comme non fondé.

Sur le deuxième grief du premier moyen, relatif à une erreur de droit quant au territoire pertinent devant être pris en compte aux fins de l'appréciation de la cause de déchéance

29 La requérante soutient, en substance, que la chambre de recours a violé l'article 51, paragraphe 1, sous b), du règlement nº 207/2009 en considérant que le territoire pertinent pour l'appréciation de la cause de déchéance était circonscrit à la République tchèque. Pour la requérante, limiter cet examen à ce seul État membre ne serait pas suffisant pour déclarer la déchéance de la marque contestée alors que celle-ci jouirait d'une renommée dans l'ensemble de l'Union. La déchéance de la marque contestée ne pourrait être envisagée, selon la requérante, que si cette marque était perçue par le public pertinent comme une désignation usuelle dans l'ensemble de l'Union ou, à tout le moins, dans une partie très majoritaire de celle-ci.

30 L'EUIPO et l'intervenante contestent cette argumentation.

31 À cet égard, il convient de rappeler que, en vertu du principe du caractère unitaire de la marque de l'Union européenne, exprimé au considérant 3 du règlement nº 207/2009 (devenu considérant 4 du règlement 2017/1001) et précisé à l'article 1er, paragraphe 2, dudit règlement (devenu article 1er, paragraphe 2, du règlement 2017/1001), les marques de l'Union européenne jouissent d'une protection uniforme et produisent leurs effets sur tout le territoire de l'Union. Aux termes de cette dernière disposition, la marque de l'Union européenne ne peut, sauf disposition contraire du règlement nº 207/2009, être enregistrée, transférée, faire l'objet d'une renonciation, d'une décision de déchéance des droits du titulaire ou de nullité et son usage ne peut être interdit, que pour l'ensemble de l'Union (arrêt du 20 juillet 2017, Ornua, C-93/16, EU:C:2017:571, point 26).

32 Par ailleurs, l'article 51, paragraphe 2, du règlement nº 207/2009 (devenu article 58, paragraphe 2, du règlement 2017/1001), précise qu'une déchéance partielle peut être prononcée pour une partie des produits ou des services concernés. Si cette disposition prévoit donc la possibilité de moduler la déchéance d'un point de vue matériel, force est de constater que le législateur de l'Union n'a pas prévu une telle modulation sur le plan territorial.

33 Il ressort donc des dispositions mentionnées aux points 31 et 32 ci-dessus qu'une décision de déchéance vaut obligatoirement pour l'ensemble du territoire de l'Union.

34 Ainsi, lorsqu'il est démontré qu'une marque de l'Union européenne a perdu tout caractère distinctif dans une partie limitée du territoire de l'Union, le cas échéant dans un seul État membre, ce constat implique nécessairement qu'elle n'est plus susceptible d'avoir les effets prévus par le règlement nº 207/2009 dans toute l'Union. Partant et contrairement à ce que fait valoir la requérante, il suffit que la transformation d'une telle marque en une désignation usuelle soit constatée, même dans un seul État membre, pour que la déchéance des droits de son titulaire soit prononcée pour l'ensemble de l'Union.

35 Cette solution est, du reste, conforme aux objectifs poursuivis par le règlement nº 207/2009 et au principe du caractère unitaire de la marque de l'Union européenne qui les concrétise.

36 Il résulte, en effet, d'une lecture combinée des considérants 2, 4 et 6 du règlement nº 207/2009 (devenus considérants 3, 5 et 7 du règlement 2017/1001) que ce règlement vise à lever l'obstacle de la territorialité des droits que les législations des États membres confèrent aux titulaires des marques en permettant aux entreprises d'adapter leurs activités économiques pour le marché intérieur et de les exercer sans entraves. La marque de l'Union européenne permet ainsi à son titulaire d'identifier ses produits ou ses services de manière identique dans l'ensemble de l'Union, sans considération des frontières. En revanche, les entreprises qui ne désirent pas une protection de leurs marques à l'échelle de l'Union peuvent choisir d'utiliser des marques nationales, sans être obligées de déposer leurs marques en tant que marques de l'Union européenne. La finalité du système des marques de l'Union européenne est donc, ainsi que cela ressort du considérant 2 du règlement nº 207/2009, d'offrir sur le marché intérieur des conditions analogues à celles qui existent dans un marché national (voir, en ce sens, arrêt du 19 décembre 2012, Leno Merken, C-149/11, EU:C:2012:816, points 40 et 42).

37 À cet égard, la requérante soutient qu'il serait requis, pour prononcer une mesure de déchéance, que la marque en cause soit devenue une désignation usuelle en raison de l'activité ou de l'inactivité de son titulaire dans l'ensemble de l'Union ou dans une partie largement majoritaire de celle-ci.

38 Cet argument ne peut être accueilli. Ainsi que le soulignent, en substance et à juste titre, l'EUIPO et l'intervenante, la protection au niveau européen d'une marque implique en retour que son titulaire soit suffisamment vigilant pour défendre ses droits et les faire valoir dans toute l'Union. Le titulaire d'une marque doit, partant, être déchu de ses droits si, du fait de son inactivité, la marque en cause se transforme, même dans une partie limitée du territoire de l'Union, le cas échéant dans un seul État membre, en une désignation usuelle.

39 Cette mesure de déchéance permet alors à d'autres opérateurs d'utiliser librement le signe enregistré. Elle poursuit ainsi un but d'intérêt général, lequel exige que des signes ou indications qui sont devenus usuels pour désigner les produits ou les services pour lesquels une marque a été enregistrée puissent être disponibles ou librement utilisés par tous. Ainsi, l'article 51, paragraphe 1, sous b), du règlement nº 207/2009 vise à garantir le caractère distinctif d'une marque, conformément à sa fonction d'origine, et à éviter que des termes génériques ne soient indéfiniment réservés à une seule entreprise en raison de leur enregistrement en tant que marque [voir, en ce sens et par analogie, en ce qui concerne l'article 12, paragraphe 2, sous a), de la directive 89/104, conclusions de l'avocat général Léger dans l'affaire Björnekulla Fruktindustrier, C-371/02, EU:C:2003:615, points 53 et 54].

40 Au surplus, prononcer la déchéance des droits du titulaire de la marque en cause pour l'ensemble du territoire de l'Union, même lorsque la transformation de celle-ci en une désignation usuelle n'est constatée que dans une partie limitée de ce territoire, le cas échéant dans un seul État membre, permet d'éviter des décisions contradictoires de l'EUIPO et des juridictions nationales statuant en tant que tribunaux des marques de l'Union européenne, et, par voie de conséquence, ici aussi, des atteintes au caractère unitaire des marques de l'Union (voir, en ce sens et par analogie, arrêt du 19 octobre 2017, Raimund, C-425/16, EU:C:2017:776, point 28).

41 Ces considérations ne sont pas remises en cause par les autres arguments de la requérante.

42 Premièrement, la requérante estime que la chambre de recours s'est erronément référée, au point 30 de la décision attaquée, à l'arrêt du 6 octobre 2009, PAGO International (C-301/07, EU:C:2009:611), pour étayer son raisonnement.

43 À cet égard, la Cour a déjà jugé que cette jurisprudence concerne l'interprétation des dispositions relatives à la protection élargie conférée aux marques jouissant d'une renommée ou d'une notoriété dans l'Union ou au sein de l'État membre dans lequel elles ont été enregistrées. Or, lesdites dispositions poursuivent un objectif différent des exigences posées par l'article 51 du règlement

nº 207/2009, lesquelles peuvent avoir pour conséquence la déchéance de la marque (voir, en ce sens, arrêts du 19 décembre 2012, Leno Merken, C-149/11, EU:C:2012:816, point 53, et du 3 septembre 2015, Iron & Smith, C-125/14, EU:C:2015:539, point 21).

44 Si la référence à l'arrêt du 6 octobre 2009, PAGO International (C-301/07, EU:C:2009:611), est certes erronée, elle ne saurait, en raison de son caractère accessoire dans le raisonnement de la chambre de recours, emporter l'annulation de la décision attaquée. Ce n'est pas sur cette jurisprudence, mais sur le principe du caractère unitaire de la marque de l'Union européenne, que la chambre de recours a décidé, au point 31 de la décision attaquée, de limiter son examen au seul territoire tchèque.

45 Deuxièmement, la requérante considère que c'est à tort que la chambre de recours a établi un parallèle entre les conditions de l'enregistrement d'un signe, lesquelles interdisent notamment qu'un signe soit enregistré lorsqu'un motif absolu de refus existe dans une partie seulement de l'Union, et celles de la déchéance des droits du titulaire d'une marque de l'Union européenne. Pour la requérante, les conditions prévues par l'article 7 du règlement nº 207/2009 (devenu article 7 du règlement 2017/1001) différeraient considérablement de celles de l'article 51, paragraphe 1, sous b), de ce même règlement.

46 Cet argument doit être rejeté. Ainsi que l'a relevé à juste titre la chambre de recours au point 31 de la décision attaquée et comme l'a rappelé l'EUIPO au cours de l'audience, le caractère unitaire de la marque de l'Union européenne constitue le principe juridique de base qui sous-tend l'ensemble du règlement nº 207/2009. En effet, ce principe implique notamment qu'une marque de l'Union européenne soit, lors de son enregistrement, distinctive dans l'ensemble de l'Union, et conserve ce caractère distinctif en ne devenant pas, même dans une partie limitée de l'Union, le cas échéant dans un seul État membre, la désignation usuelle dans le commerce des produits et des services pour lesquelles elle a été enregistrée.

47 Par ailleurs, l'argumentation de la requérante fondée sur le fait que l'article 52 du règlement nº 207/2009 (devenu article 59 du règlement 2017/1001) renvoie à l'article 7, paragraphe 2, du règlement nº 207/2009 (devenu article 7, paragraphe 2, du règlement 2017/1001), alors que l'article 51, paragraphe 1, sous b), de ce même règlement ne contient pas un tel renvoi, ne peut être accueillie. D'une part, l'article 52 du règlement nº 207/2009 vise l'hypothèse de la nullité d'une marque de l'Union européenne et non, comme en l'espèce, celle de la déchéance des droits de son titulaire. D'autre part et comme cela ressort du point 46 ci-dessus, le caractère unitaire de la marque de l'Union européenne constitue le principe juridique de base qui sous-tend l'ensemble du règlement nº 207/2009. Il est donc sans incidence que certaines dispositions de ce règlement, tel l'article 7, paragraphe 2, et pas d'autres, concrétisent explicitement ce principe.

48 Troisièmement, au cours de l'audience, la partie requérante a affirmé qu'il serait grave et injuste de prononcer la déchéance du titulaire d'une marque de l'Union européenne si celle-ci était devenue, dans un seul État membre, la désignation usuelle dans le commerce d'un produit ou d'un service pour lequel elle a été enregistrée.

49 Sur ce point, le Tribunal relève qu'une décision de déchéance fondée sur un tel motif, aussi lourde de conséquences soit-elle pour le titulaire de la marque en cause, est inhérente à l'état du droit voulu par le législateur de l'Union, tel qu'il ressort notamment de l'article 1er, paragraphe 2, du règlement nº 207/2009. En outre, le Tribunal ne dispose pas, eu égard aux principes de l'équilibre institutionnel et de l'attribution des compétences, tels que consacrés à l'article 13, paragraphe 2, TUE (voir arrêt du 28 juillet 2016, Conseil/Commission, C-660/13, EU:C:2016:616, points 31 et 32 et jurisprudence citée), de la compétence pour aménager ledit règlement. Seule une intervention du législateur de l'Union serait donc à même de modifier ces règles. Au demeurant, la requérante n'a soulevé aucune exception d'illégalité de l'article 51, paragraphe 1, sous b), du règlement nº 207/2009.

50 Compte tenu de l'ensemble de ces éléments, il y a lieu de considérer que la chambre de recours n'a pas commis d'erreur de droit en se fondant, pour constater la déchéance de la marque contestée, sur des éléments de preuve limités à la République tchèque et, partant de rejeter le deuxième grief comme non fondé.

Sur le troisième grief du premier moyen, relatif à une erreur de droit quant au public pertinent devant être pris en compte aux fins de l'appréciation de la cause de déchéance

51 À l'appui du troisième grief du premier moyen, la requérante soutient que la chambre de recours a violé l'article 51, paragraphe 1, sous b), du règlement nº 207/2009 en considérant, en substance, que le public pertinent pour l'appréciation de la cause de déchéance était cantonné aux utilisateurs finals et que la perception des professionnels concernés ne devait donc pas être prise en compte.

52 L'EUIPO et l'intervenante contestent ces arguments.

53 À cet égard, il ressort de la jurisprudence que la question de savoir si une marque est devenue la désignation usuelle dans le commerce d'un produit ou d'un service pour lequel elle est enregistrée doit être appréciée non seulement au regard de la perception par les consommateurs ou les utilisateurs finals, mais aussi, selon les caractéristiques du marché concerné, en considération de la perception par les professionnels, tels que les vendeurs. Toutefois, en général, la perception par les consommateurs ou les utilisateurs finals a un rôle déterminant. Ainsi, dans une situation caractérisée par la perte du caractère distinctif de la marque concernée du point de vue des utilisateurs finals, cette perte est susceptible de conduire à la déchéance des droits conférés au titulaire de la marque en cause. La circonstance que les vendeurs sont conscients de l'existence de ladite marque et de l'origine que celle-ci indique ne saurait, à elle seule, exclure une telle déchéance [voir, en ce sens et par analogie, en ce qui concerne l'article 12, paragraphe 2, sous a), de la directive 2008/95/CE du Parlement européen et du Conseil, du 22 octobre 2008, rapprochant les législations des États membres sur les marques (JO 2008, L 299, p. 25), arrêt du 6 mars 2014, Backaldrin Österreich The Kornspitz Company, C-409/12, EU:C:2014:130, points 28 et 29 et jurisprudence citée].

54 Il découle de cette jurisprudence que le public pertinent, dont le point de vue doit être pris en compte pour apprécier si la marque contestée est devenue, dans le commerce, la désignation usuelle d'un produit ou d'un service pour lequel elle est enregistrée, doit être défini eu égard aux caractéristiques du marché de ce produit ou de ce service (voir, en ce sens et par analogie, arrêt du 29 avril 2004, Björnekulla Fruktindustrier, C-371/02, EU:C:2004:275, point 26 ; conclusions de l'avocat général Cruz Villalón dans l'affaire Backaldrin Österreich The Kornspitz Company, C-409/12, EU:C:2013:563, points 58 et 59).

55 En l'espèce, la chambre de recours a considéré, au point 32 de la décision attaquée, que seule la perception des utilisateurs finals tchèques des produits et des services en cause devait être examinée. Selon la chambre de recours, il n'a pas été démontré que les marchés de l'« entraînement physique » et des « équipements d'exercice » présentaient des caractéristiques imposant de prendre en considération la perception des professionnels actifs sur ces marchés.

56 Dans sa requête, la requérante soutient que la majorité de ses vélos d'intérieur sont vendus à des exploitants professionnels de salles de fitness, d'établissements sportifs et de centres de réhabilitation.

57 En réponse à une question écrite du Tribunal, la requérante a affirmé que, contrairement aux exploitants professionnels de salles de fitness, d'établissements sportifs et de centres de réhabilitation, les utilisateurs finals achètent peu ses vélos d'intérieur en raison de leur prix d'acquisition élevé. Au cours de l'audience, la requérante a également précisé, sans être contredite par les autres parties, que ses vélos d'intérieur étaient vendus à des clients professionnels dans 95 % des cas.

58 Lors de l'audience, toutes les parties ont admis, en réponse à une question orale du Tribunal, que l'activité sportive en cause se pratiquait sur des vélos d'intérieur, en groupe, généralement dans des salles de sport et de fitness, et sous la direction d'un entraîneur sportif. Le Tribunal observe, par ailleurs, que cette description est similaire à celle retenue par la division d'annulation et qui a été rappelée par la chambre de recours dans la partie « Résumé des faits » de la décision attaquée.

59 C'est donc à tort que la chambre de recours a considéré, au point 32 de la décision attaquée, que les clients professionnels ne faisaient pas partie du public pertinent s'agissant des « équipements d'exercice », dans la mesure où ce sont, en règle générale, des exploitants professionnels de salles de fitness, d'établissements sportifs et de centres de réhabilitation qui achètent ces vélos d'intérieur.

60 Il est certes vrai que, comme l'a soutenu l'EUIPO à l'audience, la catégorie des « équipements d'exercice » ne se limite pas aux vélos d'intérieur et que les autres produits en cause sont susceptibles d'être acquis par des particuliers. Toutefois, il ressort du point 57 ci-dessus que, compte tenu de leur prix d'acquisition élevé, les vélos d'intérieur sont, quant à eux, rarement achetés par les particuliers. L'argument de l'EUIPO ne permet donc pas d'exclure les clients professionnels du public pertinent s'agissant des « équipements d'exercice ».

61 Compte tenu de ces éléments, c'est à tort que la chambre de recours a exclu de son analyse la perception des clients professionnels s'agissant des « équipements d'exercice » afin d'apprécier si la marque contestée était devenue la désignation usuelle dans le commerce des « équipements d'exercice » pour lesquels elle a été enregistrée. Partant, la chambre de recours a commis une erreur d'appréciation dans la définition du public pertinent s'agissant du marché des « équipements d'exercice », relevant de la classe 28, en ne tenant pas compte de la perception des clients professionnels intervenant sur ce marché.

62 Cette conclusion n'est pas infirmée par le fait que, comme l'a soutenu l'intervenante au cours de l'audience, la décision attaquée fait état, aux points 41, 45 à 47, 49, 53 et 62, de la perception des opérateurs professionnels. Force est de constater que ces mentions ont uniquement pour objet l'activité sportive en cause, et non les « équipements d'exercice ». Seul le point 44 de la décision attaquée évoque explicitement la perception de la marque contestée par des opérateurs professionnels à l'égard des vélos d'intérieur et de chaussures, mais ce motif ne concerne que les vendeurs de ces articles de sport.

63 La décision attaquée ne contient, en revanche, aucun élément relatif à la perception de la marque contestée auprès des clients professionnels, tels notamment les exploitants de salles de fitness, d'établissements sportifs et de centres de réhabilitation agissant comme acheteurs de ces produits. Or, ainsi qu'il ressort des points 58 et 59 ci-dessus, ce sont lesdits exploitants qui, en règle générale, achètent les vélos d'intérieur et qui les mettent ensuite à la disposition de leurs propres clients pour permettre à ces derniers de pratiquer l'activité sportive en cause.

64 Il y a donc lieu de constater, d'une part, que ces exploitants jouent un rôle central sur les marchés des « équipements d'exercice » et, d'autre part, qu'ils exercent une influence déterminante dans le choix, par les utilisateurs finals, des services d'« entraînement physique ». Par leur connaissance de la fonction d'indication d'origine de la marque contestée, lesdits exploitants permettent ainsi la réalisation du processus de communication entre les prestataires de ces services et les utilisateurs finals (voir, en ce sens et par analogie, conclusions de l'avocat général Cruz Villalón dans l'affaire Backaldrin Österreich The Kornspitz Company, C-409/12, EU:C:2013:563, point 59).

65 Cette erreur d'appréciation dans la définition du public pertinent vicie l'ensemble de la décision attaquée et, partant, justifie son annulation.

66 La requérante ayant cependant limité l'objet du présent recours aux produits « équipements d'exercice », relevant de la classe 28, et aux services « entraînement physique », relevant de la classe 41, visés par la marque contestée, il y a lieu de maintenir les effets de la décision attaquée pour les produits « cassettes audio et vidéo », relevant de la classe 9, visés par la marque contestée.

67 Eu égard à l'ensemble des considérations qui précèdent et sans même devoir examiner le quatrième grief du présent moyen ainsi que les deuxième et troisième moyens du recours, il convient d'accueillir le troisième grief du premier moyen et, partant, d'annuler la décision attaquée dans la mesure où elle concerne les produits relevant de la classe 28 et les services relevant de la classe 41, visés par la marque contestée.

Sur les dépens

68 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.

69 L'EUIPO et l'intervenante ayant succombé, il y a lieu, d'une part, de condamner l'EUIPO à supporter, outre ses propres dépens, ceux exposés par la requérante, conformément aux conclusions de cette dernière, et, d'autre part, de décider que l'intervenante supportera ses propres dépens.

Par ces motifs,

LE TRIBUNAL (neuvième chambre)

déclare et arrête :

1) La décision de la cinquième chambre de recours de l'Office de l'Union européenne pour la propriété intellectuelle (EUIPO) du 21 juillet 2016 (affaire R 2375/2014-5) est annulée en tant qu'elle concerne les produits relevant de la classe 28 et les services relevant de la classe 41, 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.

2) L'EUIPO supportera, outre ses propres dépens, les dépens exposés par Mad Dogg Athletics, Inc.

3) Aerospinning Master Franchising, s.r.o. supportera ses propres dépens.

Gervasoni Kowalik-Bańczyk Mac Eochaidh

Ainsi prononcé en audience publique à Luxembourg, le 8 novembre 2018.

Signatures