ARRÊT DU TRIBUNAL (quatrième chambre)
13 juillet 2005 *

Dans l'affaire T-40/03,

Julián Murúa Entrena, domicilié à Elciego (Espagne), représenté par M^e^. I. Temiño Ceniceros, avocat,

partie requérante,

contre

Office de l'harmonisation dans le marché intérieur (marques, dessins et modèles) (OHMI), représenté par MM. I. de Medrano Caballero et G. Schneider, en qualité d'agents,

partie défenderesse,

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

* Langue de procédure: l'espagnol.

Bodegas Murúa, SA, établie à Elciego, représentée par Me J. González Aparicio, avocat,

ayant pour objet un recours formé contre la décision de la deuxième chambre de recours de l'OHMI du 9 décembre 2002 (affaire R 599/1999-2), relative à une procédure d'opposition entre Bodegas Murúa, SA et Julián Murúa Entrena,

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

composé de MM. H. Legal, président, P. Mengozzi et Mme I. Wiszniewska-Białecka, juges,

greffier: M. J. Palacio González, administrateur principal,

vu la requête déposée au greffe du Tribunal le 10 février 2003,

vu le mémoire en réponse déposé au greffe du Tribunal le 7 août 2003,

vu le mémoire en réponse de l'intervenante déposé au greffe du Tribunal le 23 juillet 2003,

à la suite de l'audience du 9 mars 2005,

rend le présent

Arrêt

Antécédents du litige

1 Le 1er avril 1996, le requérant a demandé l'enregistrement d'une marque communautaire à l'Office de l'harmonisation dans le marché intérieur (marques, dessins et modèles) (OHMI) 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.

2 La marque dont l'enregistrement a été demandé est le signe figuratif reproduit ci-après:



3 Les produits pour lesquels l'enregistrement a été demandé relèvent de la classe 33 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: «vins».

4 La demande de marque communautaire a été publiée au *Bulletin des marques communautaires* n° 14/97, du 11 août 1997.

5 Le 10 novembre 1997, l'entreprise Bodegas Murúa, SA (ci-après l'«intervenante»), a formé une opposition sur le fondement de l'article 42 du règlement n° 40/94.

6 Le motif invoqué à l'appui de l'opposition était celui visé à l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 40/94. L'opposition était fondée sur l'existence, d'une part, de la marque verbale MURÚA, enregistrée en Espagne, le 20 décembre 1978, sous le numéro 865 063 et, d'autre part, de la marque verbale internationale MURÚA, enregistrée le 20 mars 1984, sous le numéro 482 779, et protégée en Allemagne, en France, en Autriche, en Suisse et au Benelux. Ces marques désignant toutes deux les produits correspondant à la description suivante: «tous types de vins», relevant de la classe 33.

7 Le 2 juillet 1999, la division d'opposition a fait droit à l'opposition et a refusé l'enregistrement de la marque communautaire demandée.

8 Le 30 novembre 1999, le requérant a formé un recours contre la décision de la division d'opposition auprès de l'OHMI.

9 Par décision du 9 décembre 2002 (ci-après la «décision attaquée»), la deuxième chambre de recours de l'OHMI a confirmé la décision de la division d'opposition et a rejeté le recours.

10 En substance, la chambre de recours a considéré que les marques en conflit désignaient des produits identiques et que la composante verbale qui domine la marque communautaire demandée à l'enregistrement, en ce qu'elle contient l'élément «Murúa» en tant que premier nom de famille, était identique aux marques verbales antérieures de l'intervenante, de sorte qu'il existait un risque de confusion entre les marques en conflit.

Conclusions des parties

11 Le requérant conclut à ce qu'il plaise au Tribunal:

— annuler la décision attaquée;

— condamner l'OHMI et l'intervenante, chacun pour moitié, aux dépens.

12 L'OHMI et l'intervenante concluent à ce qu'il plaise au Tribunal:

— rejeter le recours;

— condamner le requérant aux dépens.

En droit

13 Le requérant soulève un moyen unique, tiré de la violation de l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement nº 40/94.

Arguments des parties

14 Après avoir exposé, d'une manière générale, que le principe de l'interdépendance entre la similitude des produits et celle des marques, dégagé par la jurisprudence, pourrait être écarté dans certaines circonstances, le requérant reproche tout d'abord à la chambre de recours d'avoir erronément limité son examen à l'élément verbal de la marque demandée sans procéder à une comparaison globale des signes en conflit. De l'avis du requérant, les erreurs commises par la chambre de recours se présentent aux trois stades — visuel, phonétique et conceptuel — de la comparaison des signes en conflit.

15 S'agissant de la comparaison visuelle des signes, le requérant rappelle que la marque demandée est une marque figurative, formée, dans sa partie supérieure, d'un dessin représentant une propriété agricole entourée d'arbres et de champs de vignes et, dans sa partie inférieure, d'armoiries surmontées des termes «Julián Murúa Entrena». Selon le requérant, la présence de ces éléments figuratifs permet d'écarter le risque de confusion avec la marque antérieure. On ne saurait donc, de l'avis du requérant, procéder uniquement à une appréciation de l'élément verbal de la marque demandée, sous peine d'enfreindre, à l'instar de la décision attaquée, le principe d'une comparaison globale des signes en conflit. Par ailleurs, le requérant insiste sur le fait que, dans le secteur des vins, et conformément au règlement (CE) nº 1493/1999 du Conseil, du 17 mai 1999, portant organisation commune du marché vitivinicole (JO L 179, p. 1), l'étiquette revêt une signification particulière en tant qu'élément d'identification du produit pour le consommateur. Or, l'élément verbal et les éléments figuratifs de la marque demandée, qui constituent précisément l'étiquetage du vin, doivent être considérés comme un tout unitaire.

16 Pour ce qui concerne la comparaison phonétique, le requérant relève que les signes en conflit ne coïncident que par la présence du terme «Murúa», unique élément verbal de la marque antérieure, alors que la marque demandée est composée des prénom et noms «Julián Murúa Entrena». Or, si le requérant admet que le prénom Julián est d'usage relativement courant, il soutient, en revanche, que la combinaison des patronymes «Murúa» et «Entrena», fort peu commune, jouit d'un caractère unique et différencié, qui, du point de vue phonétique, se distingue aisément. Le requérant rejette donc l'affirmation de la chambre de recours, exposée au point 17 de la décision attaquée, selon laquelle le consommateur espagnol, face à un élément verbal composé d'un prénom, en l'occurrence «Julián», et de deux noms de famille, en l'espèce «Murúa» et «Entrena», tend à faire abstraction du prénom et du second nom de famille. En revanche, dans un système juridique, tel que celui qui existe en Espagne, où l'état civil des personnes est fondé sur deux noms de famille, ce qui importe, selon le requérant, c'est le caractère distinctif de chacune des composantes de l'élément verbal en cause.

17 Quant à la comparaison conceptuelle, le requérant estime qu'il existe suffisamment de différences entre les signes en conflit sur ce plan, la marque demandée étant constituée, au demeurant, du propre nom du demandeur. À cet égard, et à titre surabondant, le requérant considère que l'intervenante ne saurait s'approprier à titre exclusif le terme «Murúa» de sorte qu'elle empêche le requérant d'utiliser son nom de famille. À l'appui de cet argument, le requérant cite l'article 6, 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), relatif à la limitation des effets de la marque, ainsi que la pratique décisionnelle antérieure de l'OHMI.

18 Ensuite, bien que le requérant se déclare conscient que les décisions des juridictions nationales ne lient ni l'OHMI ni le Tribunal, il attire néanmoins l'attention de ce dernier sur les éléments de fait différenciant la présente affaire de celle ayant donné lieu à l'arrêt n° 559/1994 du Tribunal Supremo (Cour suprême espagnole), du 20 juin 1994, rendu entre les mêmes parties. En particulier, le requérant met en exergue que la marque nationale espagnole Julián Murúa Entrena, en cause dans cette affaire et dont la nullité a été prononcée par le Tribunal Supremo, était

uniquement composée des éléments verbaux précités, contrairement à la marque en cause dans la présente espèce, et maintient que la législation espagnole appliquée dans cette affaire est obsolète.

19 Enfin, bien que le requérant admette que l'intervenante ait acheté une partie des marques dont elle est titulaire auprès du père du requérant, ce dernier s'étonne du fait que l'on puisse considérer, à l'instar de l'intervenante, qu'il existe un risque de confusion entre des marques qui ont coexisté paisiblement en Espagne, ainsi qu'au Danemark, pendant une longue période. Par ailleurs, le requérant présente plusieurs documents annexés à sa requête qui tendraient à démontrer l'existence d'un grand nombre d'enregistrements espagnols contenant tous le terme «Murúa» et qui, d'après lui, mettraient en lumière la possibilité d'une coexistence paisible des marques en conflit sur le marché. Le requérant annexe également à sa requête d'autres pièces qui illustreraient que, dans le secteur vinicole, de nombreux enregistrements coexistent sur le marché, alors qu'ils comportent des éléments verbaux communs à plusieurs d'entre eux.

20 À titre liminaire, l'OHMI relève que les documents annexés à la requête qui visent à démontrer la prétendue coexistence paisible de nombreux enregistrements espagnols comprenant le terme «Murúa» sont présentés pour la première fois devant le Tribunal et sont, par conséquent, irrecevables.

21 Quant au fond, après avoir rappelé que la chambre de recours a uniquement analysé le risque de confusion entre les marques en conflit dans l'esprit du consommateur espagnol, l'OHMI rejette les prétentions du requérant.

22 L'OHMI expose, premièrement, que, s'agissant de la marque demandée, l'élément verbal «Julián Murúa Entrena» en constitue l'élément dominant, en raison de sa position prépondérante dans ce signe. En revanche, l'OHMI est d'avis que les

éléments figuratifs qui la composent possèdent un caractère décoratif ou accessoire, dans la mesure où ils sont habituellement utilisés sur les étiquettes de vins.

23 Cette précision donnée, l'OHMI considère, deuxièmement, que la comparaison de l'élément verbal dominant de la marque demandée avec la marque antérieure fait apparaître une certaine similitude visuelle. Si l'OHMI partage l'appréciation du requérant quant à l'importance particulière de l'étiquette dans le secteur vinicole, il n'en demeure pas moins, selon l'OHMI, que le consommateur est habitué à retenir comme signe distinctif d'un vin l'élément verbal qui l'identifie.

24 S'agissant de la comparaison phonétique, bien que l'OHMI note que la décision attaquée ne fournit pas de conclusions à cet égard, il considère néanmoins que les signes en conflit sont phonétiquement similaires.

25 Quant à la similitude conceptuelle, l'OHMI estime que, en règle générale, une telle similitude existe si le public pertinent perçoit que les deux signes en conflit partagent une composante sémantique identique ou similaire. En l'espèce, de l'avis de l'OHMI, l'élément conceptuel commun aux deux signes en conflit est constitué par le fait qu'ils contiennent des noms propre et de famille d'origine espagnole, reconnus comme tels par le public pertinent, le nom «Murúa» se révélant être l'élément prédominant de la composante verbale de la marque demandée, alors qu'il est l'unique élément de la marque antérieure.

26 De plus, si l'OHMI admet que, du point de vue de l'état civil espagnol, les personnes physiques sont identifiées par deux patronymes, il n'en demeure pas moins, à son avis, que le premier nom de famille possède une valeur prédominante sur le second, le public pertinent ayant l'habitude d'identifier les personnes uniquement par leur

premier nom. Il s'ensuit, selon l'OHMI, qu'il existe un degré élevé de similitude conceptuelle entre les deux signes en conflit, en raison de la présence du terme «Murúa» dans ces signes.

27 L'OHMI en conclut qu'il existe un risque de confusion entre les deux marques en conflit, compte tenu de l'identité, non contestée par le requérant, entre les produits désignés par les marques en conflit et de la similitude entre les signes en conflit qui a été relevée par la décision attaquée. En particulier, l'OHMI soutient que le consommateur qui connaît les vins désignés par la marque antérieure court le risque objectif de considérer le vin identifié par l'étiquette comprenant la dénomination «Julián Murúa Entrena» comme un nouveau produit provenant de la même entreprise que celle commercialisant les vins désignés par la marque antérieure. Par ailleurs, l'OHMI souligne que la remarque du requérant relative à l'exclusion, dans certaines circonstances, du principe de l'interdépendance entre la similitude des marques et celles des produits est dépourvue de pertinence, le requérant n'étayant aucunement lesdites circonstances.

28 Troisièmement, quant à la décision du Tribunal Supremo, mentionnée au point 18 ci-dessus, l'OHMI estime que, bien qu'il ne soit pas lié par les décisions rendues par les juridictions nationales, les éléments de fait et de droit à l'origine de la décision du Tribunal Supremo peuvent être utiles à la résolution du litige. En particulier, l'OHMI considère que, d'une part, cette décision vient réfuter les arguments du requérant selon lesquels les marques en conflit auraient coexisté paisiblement sur le territoire espagnol et, d'autre part, elle met en évidence l'intention du requérant de vouloir enregistrer en tant que marque communautaire le signe verbal ayant donné lieu à l'arrêt du Tribunal Supremo, inclus, cette fois-ci, dans une marque figurative.

29 Enfin, l'OHMI rejette également le grief tiré par le requérant de la prétendue appropriation par l'intervenante de son patronyme, d'une part, en précisant que la limitation des effets de la marque n'est pertinente qu'une fois celle-ci enregistrée. D'autre part, l'OHMI est d'avis que la libre disposition des noms propres se déduit des indications fournies par l'arrêt du Tribunal Supremo précité, selon lequel un

patronyme n'échappe pas à l'examen du risque de confusion lorsqu'un opérateur économique veut l'utiliser en tant que marque. Dès lors, selon l'OHMI, c'est à bon droit que, en l'espèce, la chambre de recours a considéré que la limitation des effets de la marque n'affectait en rien l'appréciation du risque de confusion entre les marques en conflit.

30 À titre liminaire, l'intervenante rappelle qu'elle est devenue titulaire de la marque antérieure à la suite d'un contrat de cession, conclu en vertu du droit espagnol, avec le père du requérant. L'intervenante soutient, dès lors, que le requérant ne saurait maintenant perturber l'usage exclusif de cette marque. Au demeurant, l'intervenante s'oppose aussi à l'affirmation du requérant selon laquelle la marque antérieure aurait coexisté au cours d'une longue période sur le territoire espagnol avec la marque verbale espagnole antérieure du requérant Julián Murúa Entrena, qui comprenait le même élément verbal que la marque demandée. En effet, l'ensemble des circonstances factuelles à l'origine de l'arrêt du Tribunal Supremo précité, intervenu entre les mêmes parties, indiquerait tout à fait le contraire.

31 S'agissant de l'appréciation issue de la comparaison des signes en conflit effectuée par la chambre de recours, l'intervenante se rallie, en substance, à la position exprimée par l'OHMI. Quant à l'importance du premier nom de famille en l'espèce, elle ajoute que, par le passé, pour la période durant laquelle le requérant a utilisé la marque verbale espagnole Julián Murúa Entrena — avant que celle-ci ne soit annulée par l'arrêt du Tribunal Supremo précité —, il n'est jamais venu à l'esprit du requérant d'utiliser son second nom de famille, alors qu'il aurait usé à plusieurs reprises de son premier patronyme.

32 Sur le risque de confusion entre les marques en conflit, l'intervenante relève que ce risque est bien réel puisque, outre l'analyse effectuée par la chambre de recours qui mérite d'être approuvée, cette confusion aurait déjà été reconnue par le passé. À cet égard, les considérations dont fait état le requérant à propos de l'importance de l'étiquetage et de l'existence de marques qui incluraient le terme «Murúa» seraient dépourvues de pertinence. Quant au premier point, l'intervenante estime, en effet,

que l'étiquette, qui est toujours établie après l'enregistrement d'une marque, serait, dans l'hypothèse de l'enregistrement de la marque demandée, un facteur supplémentaire de confusion dans la mesure où elle ferait état non seulement du nom du titulaire de la marque, mais aussi du lieu du siège social de l'entreprise. Or, en l'espèce, le lieu du siège social du requérant et celui de l'intervenante seraient identiques. Le public pertinent pourrait dès lors considérer que les produits désignés par les marques en conflit proviennent de la même entreprise ou, le cas échéant, d'entreprises économiquement liées. Quant au second point, l'intervenante estime que les marques évoquées par le requérant ne sont pas pertinentes, puisqu'elles désignent toutes des produits autres que le vin pour lesquels rien ne s'oppose, en principe, à ce qu'elles soient enregistrées.

Appréciation du Tribunal

33 Aux termes de l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement nº 40/94, sur opposition du titulaire d'une marque antérieure, la marque demandée est refusée à l'enregistrement lorsque, en raison de son identité ou de sa similitude avec la marque antérieure et en raison de l'identité ou de la similitude des produits ou des services que les deux marques désignent, il existe un risque de confusion dans l'esprit du public du territoire sur lequel la marque antérieure est protégée.

34 Selon une jurisprudence constante, constitue un risque de confusion le fait que le public puisse croire que les produits ou les services en cause proviennent de la même entreprise ou, le cas échéant, d'entreprises liées économiquement. Selon cette même jurisprudence, le risque de confusion doit être apprécié globalement, selon la perception que le public pertinent a des signes et des produits ou services en cause, et en tenant compte de tous les facteurs pertinents en l'espèce, notamment de l'interdépendance entre la similitude des signes et celle des produits ou services désignés [voir arrêt du Tribunal du 9 juillet 2003, Laboratorios RTB/OHMI — Giorgio Beverly Hills (GIORGIO BEVERLY HILLS), T-162/01, Rec. p. II-2821, points 31 à 33, et la jurisprudence citée].

35 Ainsi qu'il ressort également d'une jurisprudence constante, 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 [arrêt du Tribunal du 14 octobre 2003, Phillips-Van Heusen/OHMI — Pash Textilvertrieb und Einzelhandel (BASS), T-292/01, Rec. p. II-4335, point 47, et la jurisprudence citée].

Sur le public pertinent

36 En l'espèce, s'agissant des marques antérieures, ainsi qu'il a été indiqué au point 6 ci-dessus, l'opposition est fondée à la fois sur la marque verbale n° 865 063, enregistrée en Espagne, et sur la marque verbale internationale n° 482 779, protégée en Allemagne, en France, en Autriche, en Suisse et au Benelux. Partant, le public pertinent est, en principe, le public présent sur les territoires espagnol, allemand, français, autrichien, suisse et des États du Benelux.

37 Or, il suffit que l'existence d'un risque de confusion soit constatée dans l'esprit du public concerné d'un des États membres mentionnés ci-dessus pour que le motif de refus visé à l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 40/94 s'applique.

38 Toutefois, il convient de relever que la chambre de recours a uniquement examiné la similitude entre les signes en conflit et le risque de confusion selon la perception du public espagnol, tout en tirant la conclusion implicite que le résultat de cet examen s'étendait à toutes «les marques» antérieures de l'intervenante.

39 Sans qu'il soit besoin de se prononcer sur la légalité d'une telle approche, il y a lieu de préciser que toute considération concernant le degré de similitude entre la marque demandée et la marque internationale antérieure de l'intervenante ne peut avoir de pertinence que dans l'hypothèse où le Tribunal exclurait, sur la base des arguments invoqués par le requérant, contrairement à ce qu'a fait la chambre de recours, l'existence d'un risque de confusion pour le public espagnol entre la marque demandée et la marque antérieure enregistrée en Espagne.

40 Il convient, dès lors, de vérifier si, comme le prétend le requérant, la chambre de recours, en concluant au risque de confusion entre les marques en conflit dans l'esprit du public espagnol, a méconnu l'article 8, paragraphe 1, sous b), dudit règlement.

41 En l'espèce, l'objet du litige porte sur la comparaison des signes. L'identité des produits désignés par les marques en conflit n'est pas contestée.

Sur la similitude des signes

42 Il est constant que le public espagnol percevra l'élément verbal composant la marque demandée comme étant un nom propre (prénom plus noms de famille) et la marque antérieure comme un nom de famille. Il est également constant que le premier nom de famille composant l'élément verbal de la marque demandée et l'unique élément de la marque antérieure sont identiques.

43 Le litige porte donc principalement sur la question de savoir si, comme le soutient le requérant, la présence des éléments figuratifs, du prénom et du second nom de famille dans la marque demandée suffit à exclure tout risque de confusion dans l'esprit du consommateur espagnol ou si, au contraire, la présence du terme «Murúa» dans la marque demandée en constitue l'élément dominant dans la perception du public pertinent, lequel sera susceptible de confondre la marque demandée avec la marque antérieure.

44 Avant d'examiner cette question, il convient de formuler deux remarques liminaires.

45 D'une part, s'agissant de l'argument du requérant tiré de l'article 6, paragraphe 1, sous a), de la directive 89/104, il y a lieu de rappeler que cette disposition vise les limitations du droit conféré par une marque nationale à son titulaire, dans la vie des affaires, en empêchant notamment ce dernier d'interdire à un tiers l'usage de son nom ou de son adresse, pour autant que cet usage soit fait conformément aux usages honnêtes en matière industrielle ou commerciale.

46 Par conséquent, cette disposition ne saurait être prise en compte dans le cadre de la procédure d'enregistrement d'une marque communautaire, car elle ne confère pas aux tiers un droit d'usage de leur nom ou de leur adresse en tant que marque, comme semble le revendiquer le requérant [voir, arrêt de la Cour du 16 septembre 2004, Nichols, C-404/02, Rec. p. I-8499, point 33, et, s'agissant de l'article 12 du règlement n° 40/94, arrêt du Tribunal du 31 mars 2004, Interquell/OHMI — SCA Nutrition (HAPPY DOG), T-20/02, Rec. p. II-1001, point 56].

47 D'autre part, il y a lieu de préciser que la jurisprudence mentionnée aux points 34 et 35 ci-dessus s'applique pleinement à la demande d'enregistrement en tant que marque communautaire d'un signe composé d'un ou de plusieurs patronymes.

48 En effet, il convient de rappeler que, en vertu de l'article 4 du règlement nº 40/94, «peuvent constituer des marques communautaires tous signes susceptibles d'une représentation graphique, notamment les mots, y compris les noms de personnes [...] à condition que de tels signes soient propres à distinguer les produits ou services d'une entreprise de ceux d'autres entreprises».

49 Partant, une demande d'enregistrement en tant que marque communautaire d'un signe comprenant, en tout ou en partie, un ou plusieurs noms de personnes n'échappe pas aux critères d'appréciation relatifs à l'enregistrement qui sont applicables aux autres catégories de marques. En effet, si de tels signes peuvent constituer des marques communautaires, en vertu de l'article 4 du règlement nº 40/94, à condition qu'ils soient propres à distinguer les produits ou services d'une entreprise de ceux d'autres entreprises, aucune disposition du règlement nº 40/94 ne prévoit de critères d'appréciation différents pour l'enregistrement de ce type de signes par rapport aux autres signes susceptibles de constituer une marque communautaire. Ainsi, tout comme il a été jugé que les critères d'appréciation du caractère distinctif de marques constituées par un nom de personne sont les mêmes que ceux applicables aux autres catégories de marques (arrêt Nichols, point 46 supra, point 25), il ne saurait en aller différemment de ceux visant à apprécier l'existence d'un risque de confusion entre une marque communautaire demandée à l'enregistrement et une marque antérieure, au sens de l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement nº 40/94, en l'absence de disposition contraire prévue par ce règlement [voir, en ce sens, arrêt du Tribunal du 1er mars 2005, Fusco/OHMI — Fusco International (ENZO FUSCO), T-185/03, Rec. p. II-715, point 45].

50 Il s'ensuit qu'un signe contenant le prénom et les noms de famille d'une personne physique ne saurait être enregistré en tant que marque communautaire lorsqu'il se heurte à un motif relatif de refus d'enregistrement à la suite de l'opposition du titulaire d'une marque antérieure.

51 Sous le bénéfice de ces précisions liminaires, il y a lieu de constater tout d'abord que l'argument du requérant, selon lequel la chambre de recours aurait à tort limité la comparaison des signes en conflit à leurs seuls éléments verbaux, ne saurait prospérer.

52 Il convient de rappeler que, selon la jurisprudence, une marque complexe ne peut être considérée comme étant semblable à une autre marque, identique à un des composants de la marque complexe ou similaire que si celui-ci constitue l'élément dominant dans l'impression d'ensemble produite par la marque complexe. Tel est le cas lorsque ce composant est susceptible de dominer à lui seul l'image de cette marque que le public pertinent garde en mémoire, de telle sorte que tous les autres composants de la marque sont négligeables dans l'impression d'ensemble produite par celle-ci [arrêts du Tribunal du 23 octobre 2002, Matratzen Concord/OHMI — Hukla Germany (MATRATZEN), T-6/01, Rec. p. II-4335, point 33, et du 6 juillet 2004, Grupo El Prado Cervera/OHMI — Héritiers Debuschewitz (CHUFAFIT), T-117/02, Rec. p. II-2073, point 45].

53 Cette approche ne revient pas à prendre en considération uniquement un composant d'une marque complexe et à le comparer avec une autre marque. Il y a lieu d'opérer une telle comparaison en examinant les marques en cause, considérées chacune dans leur ensemble. Cependant, cela 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 (arrêt MATRATZEN, point 52 supra, point 34).

54 Quant à l'appréciation du caractère dominant d'un ou de plusieurs composants déterminés d'une marque complexe, il convient de prendre en compte, notamment, les qualités intrinsèques de chacun de ces composants en les comparant à celles des autres composants. En outre et de manière accessoire, peut être prise en compte la position relative des différents composants dans la configuration de la marque complexe (arrêt MATRATZEN, point 52 supra, point 35).

55 En l'espèce, il y a lieu de rappeler que, au point 17 de la décision attaquée, la chambre de recours a estimé que l'élément figuratif de la marque demandée,

représentant une propriété agricole typique entourée de vignobles et d'arbres, avait une faible valeur distinctive pour les produits désignés par la marque demandée et que, par conséquent, l'élément verbal de cette marque, à savoir «Julían Murúa Entrena», dominait l'impression d'ensemble produite par le signe.

56 Cette appréciation ne peut qu'être approuvée. En effet, s'agissant d'un produit tel que le vin, la représentation d'une propriété agricole entourée de vignes et d'arbres ne constitue pas un élément permettant au public pertinent de retenir cette composante figurative comme dominant l'image qu'il retiendra de la marque demandée. En revanche, ainsi que l'OHMI l'a fait valoir à juste titre, les consommateurs sont habitués à désigner et à reconnaître le vin en fonction de l'élément verbal qui sert à les identifier, que cet élément désigne notamment le récoltant ou la propriété sur laquelle le vin est produit.

57 Cette appréciation doit être étendue à la présence des armoiries situées sous l'élément verbal de la marque demandée. En outre, il convient de relever que, compte tenu de la place et de la taille de la représentation desdites armoiries dans la marque demandée, ces dernières constituent uniquement un élément décoratif sans portée réelle, ainsi que l'a indiqué la division d'opposition. Partant, cet élément n'est pas capable de dominer l'image que le public pertinent gardera de la marque demandée.

58 Par ailleurs, le grief tiré par le requérant de l'importance que revêt l'étiquetage des vins dans la Communauté européenne, qui priverait l'OHMI du droit de déterminer les éléments dominants et distinctifs de la marque demandée, est inopérant.

59 Certes, il est vrai que, conformément aux dispositions du règlement nº 1493/1999, l'étiquetage constitue une modalité essentielle de la désignation des vins visés par ce règlement.

60 Toutefois, cette caractéristique ne s'oppose pas à ce que, aux fins de l'application du règlement nº 40/94, lorsque l'étiquetage comporte une marque, telle qu'une marque communautaire demandée à l'enregistrement, cette marque puisse faire l'objet, dans le cadre d'une procédure d'opposition engagée en application de ce règlement, d'un examen par l'OHMI de sorte à en déterminer le ou les éléments dominants et distinctifs.

61 Au demeurant, il y a lieu de relever que l'examen auquel a procédé l'OHMI ne remet pas en cause l'importance que revêt l'étiquetage aux fins de la protection des consommateurs, objectif qui est explicitement visé par le règlement nº 1493/1999. Au contraire, cet examen participe à leur protection en permettant d'assurer qu'une marque comprise dans l'étiquetage d'un vin ne puisse créer un risque de confusion dans l'esprit du consommateur, notamment quant à l'identité des personnes physiques ou morales participant à l'élaboration ou au circuit commercial du produit, au sens de l'article 48 et de l'annexe VII, point F, du règlement nº 1493/1999.

62 Dans ces conditions, le premier argument du requérant doit être rejeté.

63 Le requérant soutient ensuite que c'est de manière erronée que la chambre de recours a considéré que, dans la marque demandée, le premier nom de famille «Murúa» constituait l'élément dominant du groupe de termes «Julián Murúa Entrena».

64 Il y a lieu de rappeler que, pour déterminer le caractère dominant du nom de famille «Murúa» dans la marque demandée, la chambre de recours a indiqué, au point 17 de la décision attaquée, ce qui suit:

«[...] en Espagne, le premier nom de famille revêt une importance particulière dans une marque composée du prénom et des noms de famille de son titulaire, étant donné que le consommateur moyen a l'habitude d'omettre le prénom et le deuxième nom de famille. Par conséquent, l'élément dominant de la marque demandée à l'enregistrement et celui [de la] marque sur [laquelle] l'opposition est fondée sont identiques.»

65 Il convient de constater que la motivation de la décision de la chambre de recours quant à la prééminence, en Espagne, du premier nom de famille présente un caractère systématique qui mérite d'être nuancé. En effet, il ne saurait être exclu que, suivant les circonstances de chaque cas d'espèce, un signe, composé d'un prénom et de deux noms de famille, faisant l'objet d'une demande d'enregistrement en tant que marque communautaire, puisse, pour le public espagnol, présenter un caractère distinctif en raison, notamment, de la présence du second nom de famille, lequel constituera, ainsi, l'élément dominant du signe en cause.

66 Toutefois, c'est à bon droit que la chambre de recours a considéré, en l'espèce, que le nom de famille «Murúa» attribuait à la marque demandée son caractère distinctif et en constituait, dès lors, l'élément dominant.

67 Premièrement, il convient de rappeler que la perception de signes constitués de noms de personnes peut varier dans les différents États de la Communauté européenne (arrêt ENZO FUSCO, point 49 supra, point 52).

68 En l'espèce, le requérant a admis que le prénom «Julián», qui figure dans le signe verbal de la marque demandée, était relativement répandu en Espagne et, de ce fait, ne revêtait pas un caractère distinctif particulier.

69 Pour ce qui concerne la question de savoir si, en Espagne, le public pertinent attribuera généralement plus d'attention au nom de famille «Murúa» qu'au nom de famille «Entrena» dans la marque demandée, le Tribunal considère que la jurisprudence de cet État, bien qu'elle ne soit pas contraignante pour les instances communautaires, peut fournir des indications utiles.

70 À cet égard, il convient de tenir compte de l'arrêt n° 559/1994 du Tribunal Supremo, du 20 juin 1994, débattu entre les parties à la présente instance et qui avait été produit au cours de la procédure administrative devant l'OHMI.

71 Il y a lieu de rappeler que, dans cette affaire, qui opposait le requérant et l'intervenante, le Tribunal Supremo a jugé que la marque verbale Julián Murúa Entrena, enregistrée en Espagne et qui recouvrait les mêmes produits que ceux désignés par la marque demandée, devait être annulée en raison du risque de confusion dans l'esprit du public espagnol avec la marque verbale antérieure MURÚA, dont est titulaire l'intervenante et qui a également fondé l'opposition devant l'OHMI. Plus précisément, le Tribunal Supremo a relevé qu'il ressortait de l'enregistrement postérieur des marques Viñas Murúa et Murúa que le nom de

famille «Murúa» constituait l'élément prédominant de cette marque. Le risque de confusion était attesté par le fait que des personnes étrangères au défendeur (c'est-à-dire le requérant dans la présente affaire), et sans l'intervention de ce dernier, faisaient une confusion, lorsqu'elles classaient des vins de Rioja, entre les marques Murúa et Bodegas Murúa, SA, d'une part, et Bodegas Murúa Entrena, SA, d'autre part, et attribuaient le vin désigné par la marque Murúa aux deux entreprises, ainsi que le défendeur l'avait admis, tout en imputant l'erreur à des tiers. Dans ce contexte, le Tribunal Supremo a décidé que, «étant donné que le terme 'Murúa' constitu[ait] l'élément d'identification des vins et que c'[était] ce terme qui a[vait] provoqué, à la demande du défendeur, le non-enregistrement des marques 'Murúa Gangutia' et 'Heredad Murúa Gangutia', il [était] évident qu'il aurait également fallu refuser, au stade administratif, l'enregistrement de la marque 'Julián Murúa Entrena' et qu'il fa[llait], à présent, au stade juridictionnel, [en] prononcer l'annulation».

72 Or, il y a lieu de considérer que, à défaut de démonstration contraire, la perception qu'a le public pertinent de la marque demandée ne saurait être différente de celle, constatée par le Tribunal Supremo, que ce même public a eu de la marque verbale Julián Murúa Entrena. En effet, malgré la présence d'éléments figuratifs dans la marque demandée, ceux-ci, ainsi qu'il a été jugé aux points 56 et 57 ci-dessus, ne sauraient dominer l'image que gardera le public pertinent de cette marque.

73 Deuxièmement, il convient de relever que, sur le plan visuel, le terme «Murúa» figure au centre de l'élément verbal de la marque demandée et forme un alignement vertical avec les éléments figuratifs de la marque demandée, en particulier avec ses éléments héraldiques. Cette configuration de la marque demandée tend à mettre en évidence le nom de famille «Murúa» par rapport au prénom et au second nom de famille.

74 Troisièmement, s'il doit certes être constaté que, sur le plan phonétique, l'élément verbal de la marque demandée diffère de la marque antérieure par la présence du

prénom «Julián» et du nom de famille «Entrena», il y a toutefois lieu de préciser que, ainsi que le requérant l'a fait valoir à l'audience à travers divers exemples d'appellations de vins, le consommateur espagnol ne prononcera pas, en règle générale, la dénomination complète d'un vin, mais aura, en revanche, tendance à l'abréger. Cette circonstance, également mise en évidence par la division d'opposition, est suffisante pour considérer que, sur le plan phonétique, le consommateur espagnol aura, en général, tendance à prononcer la marque demandée en l'abrégeant, le plus souvent en référence au nom «Murúa», premier nom de famille du requérant.

75 Il s'ensuit qu'il n'y a pas lieu, en l'espèce, d'infirmer l'appréciation de la chambre de recours, partagée également par la division d'opposition, selon laquelle le nom de famille «Murúa», premier nom de famille du requérant qui compose le signe verbal de la marque demandée, dominera l'image que gardera le public espagnol de cette marque.

76 Par conséquent, c'est à bon droit que la chambre de recours a considéré que les signes en conflit sont similaires du fait que l'élément dominant du signe verbal de la marque demandée et l'unique élément de la marque antérieure sont identiques.

Sur le risque de confusion

77 Selon une jurisprudence constante, l'appréciation du risque de confusion implique une certaine interdépendance entre les facteurs pris en compte, et notamment entre la similitude des marques et celle des produits ou des services désignés. Ainsi, un faible degré de similitude entre les produits ou services désignés peut être compensé

par un degré élevé de similitude entre les signes (voir, par analogie, arrêt de la Cour du 29 septembre 1998, Canon, C-39/97, Rec. p. I-5507, point 17, et, s'agissant de l'application du règlement n° 40/94, arrêt GIORGIO BEVERLY HILLS, point 34 supra, point 32).

78 En l'espèce, il y a lieu de rappeler que, d'une part, il est constant que les produits désignés par les marques en conflit sont identiques et que, d'autre part, les signes en conflit sont similaires. Cette circonstance permet de conclure à l'existence d'un risque de confusion entre les marques en conflit, le consommateur moyen espagnol, confronté à un produit revêtu de la marque demandée, étant susceptible d'attribuer à ce produit la même origine commerciale qu'un produit pourvu de la marque antérieure. Au demeurant, il convient de souligner qu'il est également constant que le nom de famille «Murúa», commun aux signes en conflit, provient de la même origine, à savoir le père du requérant, qui a cédé la marque antérieure, enregistrée en Espagne, à l'intervenante. Or, le risque que le consommateur espagnol attribue aux produits du requérant et à ceux du titulaire de la marque antérieure la même origine commerciale est renforcé par cette circonstance factuelle. Pour cette même raison, il est par ailleurs très possible, ainsi que l'a fait valoir l'OHMI, que le public concerné ne voie dans l'adjonction du prénom et du nom de famille «Entrena» dans la marque demandée que la façon de distinguer une gamme de vins provenant de l'entreprise titulaire de la marque antérieure ou, à tout le moins, d'une entreprise liée économiquement à l'intervenante.

79 Cette appréciation ne saurait être infirmée par les autres arguments du requérant.

80 Tout d'abord, quant à l'allégation du requérant selon laquelle le principe jurisprudentiel de l'interdépendance entre la similitude des produits et celle des marques pourrait être exclu dans certaines circonstances, il suffit de constater que, même à supposer une telle exclusion possible, le requérant n'a fourni aucun élément de nature à étayer ladite allégation.

81 S'agissant ensuite des pièces annexées à la requête introductive d'instance qui tendraient à démontrer la prétendue coexistence paisible de marques contenant le terme «Murúa», il y a lieu de relever que ces pièces, invoquées pour la première fois devant le Tribunal, sont irrecevables, sans qu'il soit besoin d'examiner leur valeur probatoire [voir, en ce sens, arrêts du Tribunal du 12 décembre 2002, eCopy/OHMI (ECOPY), T-247/01, Rec. p. II-5301, point 49, et du 3 juillet 2003, Alejandro/OHMI — Anheuser-Busch (BUDMEN), T-129/01, Rec. p. II-2251, point 67]. En tout état de cause, pour autant que ces pièces se rapporteraient à la prétention du requérant, avancée à l'audience, selon laquelle la marque verbale espagnole Julián Murúa Entrena et la marque antérieure auraient coexisté sur le marché espagnol, force est de constater que l'annulation de la marque verbale précitée du requérant par le Tribunal Supremo, sur le fondement du risque de confusion dans l'esprit du public espagnol entre cette marque et la marque antérieure, suffit à démontrer que la prétendue «coexistence paisible» entre ces marques n'était pas une réalité.

82 Il y a aussi lieu de déclarer irrecevable l'essentiel des pièces annexées à la requête visant à démontrer la coexistence paisible sur le marché du secteur vinicole d'enregistrements ayant des éléments verbaux communs à plusieurs d'entre eux, celles-ci ayant été invoquées pour la première fois dans le cadre de la procédure devant le Tribunal.

83 En revanche, pour ce qui concerne les documents annexés à la requête relatifs aux patronymes Faustino, Medrano et Palacios, lesquels ont été invoqués devant l'OHMI, ces pièces sont recevables. Elles sont néanmoins inopérantes. En effet, les enregistrements nationaux mentionnés dans ces pièces concernent des marques dépourvues de rapport avec les marques en conflit. Ces pièces et les arguments qu'elles visent à supporter sont donc dénués de pertinence aux fins de l'analyse du risque de confusion entre les marques en conflit en l'espèce (voir arrêt BUDMEN, point 81 supra, point 63).

84 Enfin, quant à la prétention du requérant selon laquelle il existerait une coexistence paisible entre les marques en cause au Danemark, il suffit de relever que cet argument est inopérant, la marque antérieure de l'intervenante n'étant pas protégée au Danemark.

85 Dès lors que le risque de confusion existe dans un État membre, en l'occurrence en Espagne, cela suffit pour refuser l'enregistrement de la marque demandée, comme il a été rappelé au point 39 ci-dessus. Il n'y a donc pas lieu de se prononcer sur le risque de confusion retenu par la chambre de recours entre la marque demandée et la marque internationale antérieure protégée en Allemagne, en France, en Autriche, en Suisse et au Benelux.

86 Le moyen unique tiré de la violation de l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement nº 40/94 n'étant donc pas fondé, il y a lieu de rejeter le recours.

Sur les dépens

87 Aux termes de l'article 87, paragraphe 2, du règlement de procédure du Tribunal, toute partie qui succombe est condamnée aux dépens, s'il est conclu en ce sens. Le requérant ayant succombé, il y a lieu de le condamner aux dépens, conformément aux conclusions de l'OHMI et de l'intervenante.

Par ces motifs,

LE TRIBUNAL (quatrième chambre)

déclare et arrête:

1) Le recours est rejeté.

2) Le requérant est condamné aux dépens.

Legal Mengozzi Wiszniewska-Białecka

Ainsi prononcé en audience publique à Luxembourg, le 13 juillet 2005.

Le greffier

H. Jung

Le président

H. Legal