ARRÊT DU TRIBUNAL (huitième chambre)

28 octobre 2009 *

Dans l'affaire T-80/08,

CureVac GmbH, établie à Tübingen (Allemagne), représentée par Me F. Graf von Stosch, avocat,

partie requérante,

contre

Office de l'harmonisation dans le marché intérieur (marques, dessins et modèles) (OHMI), représenté initialement par M. M. Kicia, puis par M. S. Schäffner, en qualité d'agents,

partie défenderesse,

* Langue de procédure : l'allemand.

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

Qiagen GmbH, établie à Hilden (Allemagne), représentée initialement par M^e^ E. Krings, puis par M^es^ V. von Bomhard, A. Renck et T. Dolde, avocats,

ayant pour objet un recours formé contre la décision de la première chambre de recours de l'OHMI du 11 décembre 2007 (affaire R 1219/2006-1), relative à une procédure d'opposition entre CureVac GmbH et Qiagen GmbH,

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

composé de M^me^ M. E. Martins Ribeiro (rapporteur), président, MM. N. Wahl et A. Dittrich, juges,

greffier : M^me^ T. Weiler, administrateur,

vu la requête déposée au greffe du Tribunal le 19 février 2008,

vu le mémoire en réponse de l'OHMI déposé au greffe du Tribunal le 4 juin 2008,

vu le mémoire en réponse de l'intervenante déposé au greffe du Tribunal le 28 mai 2008,

à la suite de l'audience du 6 mai 2009,

rend le présent

Arrêt

Antécédents du litige

1 Le 1er août 2003, l'intervenante, Qiagen GmbH, a présenté une demande de 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 [remplacé par le règlement (CE) nº 207/2009 du Conseil, du 26 février 2009, sur la marque communautaire (JO L 78, p. 1)].

2 La marque dont l'enregistrement a été demandé est le signe verbal RNAiFect.

3 Les produits pour lesquels l'enregistrement a été demandé relèvent des classes 1, 5 et 9 au sens de l'arrangement de Nice concernant la classification internationale des produits et des services aux fins de l'enregistrement des marques, du 15 juin 1957, tel

que révisé et modifié, et correspondent, pour chacune de ces classes, à la description suivante :

— classe 1 : « Produits chimiques destinés à l'industrie et aux sciences ; produits chimiques destinés à l'industrie et aux sciences pour le traitement des biopolymères ; matières biologiques pour laboratoires à utiliser dans le domaine scientifique et la recherche, à savoir butoirs et réactifs, à savoir ceux pour introduire des molécules et des agrégats de molécules, à savoir peptides et/ou acides nucléiques, dans des cellules, à savoir cellules procaryotiques et eucaryotiques ; matériaux chromatographiques à utiliser lors de la séparation, le nettoyage et l'isolation de biopolymères et réactifs et solutions pour l'exécution de séparations chromatographiques, nettoyages et/ou procédés d'isolation de biopolymères ; kits pour introduire des molécules et des agrégats de molécules, à savoir peptides et/ou acides nucléiques, dans des cellules, à savoir cellules procaryotiques et eucaryotiques ; réactifs de transfection » ;

— classe 5 : « Produits pharmaceutiques, vétérinaires et hygiéniques » ;

— classe 9 : « Appareils et instruments scientifiques, en particulier instruments et appareils pour la recherche et les tests en laboratoire ».

4 Cette demande a été publiée au *Bulletin des marques communautaires* n° 39/2004, du 27 septembre 2004.

5 Le 17 décembre 2004, la requérante, CureVac GmbH, a formé une opposition à l'encontre de la marque demandée, alléguant un risque de confusion au sens de l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 40/94 [devenu article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement (CE) n° 207/2009].

6 L'opposition était fondée sur une partie des produits couverts par l'enregistrement communautaire nº 2953768 de la marque verbale RNActive, déposée le 29 novembre 2002 et enregistrée le 28 octobre 2004, à savoir les produits suivants relevant des classes 1 et 5 :

— classe 1 : « Produits chimiques destinés à l'industrie et aux sciences ; réactifs pour la recherche » ;

— classe 5 : « Produits chimiques à usage médical ; produits pharmaceutiques et vétérinaires, en particulier produits de chimiothérapie pour le traitement des tumeurs, produits curatifs et préparations pour le traitement des asthmatiques, agonistes et antagonistes de réception, produits pharmaceutiques pour le traitement d'affections neurologiques, pour le traitement de maladies infectieuses ; produits hygiéniques ; substances diététiques à usage médical, en particulier substances pour compléments alimentaires ; désinfectants ; fongicides ; herbicides ».

7 L'opposition était uniquement dirigée à l'encontre des produits visés par la marque demandée relevant des classes 1 et 5, à l'exclusion de ceux relevant de la classe 9.

8 Par décision du 7 août 2006, la division d'opposition a rejeté l'opposition, au motif qu'il n'existait aucun risque de confusion sur le territoire communautaire.

9 Le 15 septembre 2006, la requérante a formé un recours contre la décision de la division d'opposition.

10 Par décision du 11 décembre 2007 (ci-après la « décision attaquée »), la première chambre de recours a rejeté le recours. Cette dernière s'est ralliée à la constatation faite par la division d'opposition en ce que les produits à comparer étaient identiques ou hautement similaires. S'agissant des deux signes en cause, la chambre de recours a considéré que, bien que faiblement distinctives, car l'élément « rna » correspondait à l'abréviation du mot anglais « ribonucleid acid » (acide ribonucléique en français et Ribonukleinsäure en allemand), les deux marques étaient distinctes et qu'aucun titulaire de marque ne pouvait monopoliser l'abréviation RNA ou interdire à d'autres entreprises de l'utiliser ou de l'intégrer dans des marques, en particulier dans le domaine des produits pharmaceutiques. Les consommateurs comprendraient bien la signification de l'abréviation RNA et ne supposeraient pas que toutes les marques commençant par cette abréviation indiqueraient la même origine. Leur attention se porterait plutôt sur la fin du mot qui serait plus distinctive. Les différences existant entre l'élément « ifect » et l'élément « ctive » permettraient d'exclure tout risque de confusion.

Conclusions des parties

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

— annuler la décision attaquée ;

— rejeter l'enregistrement de la marque demandée RNAiFect ;

— condamner l'OHMI aux dépens.

12 L'OHMI 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 à l'ensemble des dépens.

14 Lors de l'audience, la requérante a déclaré renoncer à son deuxième chef de conclusions, ce dont il a été pris acte dans le procès-verbal de l'audience.

En droit

Arguments des parties

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

16 La requérante fait valoir, tout d'abord, que certains produits couverts par la marque antérieure et les produits désignés dans la demande de marque ne doivent pas être considérés comme étant en partie hautement similaires, mais qu'ils sont au contraire identiques, car ces derniers sont compris dans ses propres produits et donc couverts de manière identique par les marques en conflit.

17 La requérante considère, ensuite, que la marque RNActive devrait être considérée comme ayant, en tout état de cause, un caractère distinctif moyen, dès lors qu'elle a été enregistrée en tant que marque communautaire. Dans la mesure où les deux marques s'adresseraient à un consommateur moyen, lequel n'aurait pas connaissance de la signification du sigle RNA, la marque antérieure aurait un caractère distinctif au moins moyen.

18 La requérante précise, par ailleurs, que les signes en cause sont visuellement similaires, puisque le début des mots est identique, et que, pour les marques verbales, outre la marque enregistrée, toute autre forme de reproduction courante auprès du public est couverte par l'objet de la protection, en particulier pour la reproduction en majuscules et en minuscules. La requérante ajoute que la similitude phonétique des signes est exceptionnelle, en raison de l'identité des trois premières lettres et du fait que les dernières séquences sonores ne se distinguent que de manière minime. En ce qui concerne la comparaison conceptuelle des signes, il existerait également une similitude exceptionnelle dans la mesure où la marque antérieure RNActive contiendrait le terme allemand « aktiv » qui pourrait être perçu comme un synonyme du terme allemand

« effektiv » ou comme signifiant « présentant un effet », qui est contenu dans la marque demandée RNAiFect.

19 Enfin, la requérante considère que, en raison de l'identité des produits, du caractère distinctif moyen de la marque antérieure et du degré de similitudes visuelle, phonétique et conceptuelle, il existe un risque de confusion dans l'esprit du public.

20 L'OHMI et l'intervenante concluent au rejet dudit moyen.

Appréciation du Tribunal

21 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 ; le risque de confusion comprend le risque d'association avec la marque antérieure ».

22 Par ailleurs, en vertu de l'article 8, paragraphe 2, sous a), ii), du règlement nº 40/94 [devenu article 8, paragraphe 2, sous a), ii), du règlement nº 207/2009], il convient d'entendre par marques antérieures les marques communautaires ainsi que les marques enregistrées dans un État membre dont la date de dépôt est antérieure à celle de la demande de marque communautaire.

23 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, le cas échéant, d'entreprises liées économiquement [voir arrêt du Tribunal du 10 septembre 2008, Boston Scientific/OHMI — Terumo (CAPIO), T-325/06, non publié au Recueil, point 70, et la jurisprudence citée ; voir également, par analogie, arrêts de la Cour du 29 septembre 1998, Canon, C-39/97, Rec. p. I-5507, point 29, et du 22 juin 1999, Lloyd Schuhfabrik Meyer, C-342/97, Rec. p. I-3819, point 17].

24 En outre, le risque de confusion dans l'esprit du public doit être apprécié globalement en tenant compte de tous les facteurs pertinents du cas d'espèce (voir arrêt CAPIO, point 23 supra, point 71, et la jurisprudence citée ; voir, par analogie, arrêts de la Cour du 11 novembre 1997, SABEL, C-251/95, Rec. p. I-6191, point 22, et du 22 juin 2000, Marca Mode, C-425/98, Rec. p. I-4861, point 40).

25 Cette appréciation globale 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 les services désignés peut être compensé par un degré élevé de similitude entre les marques, et inversement [arrêt de la Cour du 13 septembre 2007, Il Ponte Finanziaria/OHMI, C-234/06 P, Rec. p. I-7333, point 48, et arrêt du Tribunal du 23 octobre 2002, Matratzen Concord/OHMI — Hukla Germany (MATRATZEN), T-6/01, Rec. p. II-4335, point 25]. L'interdépendance entre ces facteurs trouve son expression au septième considérant du règlement nº 40/94, selon lequel il y a lieu d'interpréter la notion de similitude en relation avec le risque de confusion, dont l'appréciation dépend de nombreux facteurs, notamment, de la connaissance de la marque sur le marché, de l'association qui peut en être faite avec le signe utilisé ou enregistré, du degré de similitude entre la marque et le signe et entre les produits ou services désignés (voir arrêt CAPIO, point 23 supra, point 72, et la jurisprudence citée).

26 Par ailleurs, l'appréciation globale 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. En effet, il ressort du libellé de l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement nº 40/94, aux termes duquel « il existe un risque de confusion dans l'esprit

du public », que la perception des marques qu'a le consommateur moyen du type de produit ou de service en cause joue un rôle déterminant dans l'appréciation globale du risque de confusion. Or, le consommateur moyen perçoit normalement une marque comme un tout et ne se livre pas à un examen de ses différents détails (voir arrêt CAPIO, point 23 supra, point 73, et la jurisprudence citée ; voir également, par analogie, arrêts SABEL, point 24 supra, point 23, et Lloyd Schuhfabrik Meyer, point 23 supra, point 25).

27 Aux fins de l'appréciation globale du risque de confusion, le consommateur moyen des produits concernés est censé être normalement informé et raisonnablement attentif et avisé. Par ailleurs, il convient de tenir compte du fait que le consommateur moyen n'a que rarement la possibilité de procéder à une comparaison directe des différentes marques, mais doit se fier à l'image imparfaite de celles-ci qu'il a gardée en mémoire. Il y a lieu également de prendre en considération le fait que le niveau d'attention du consommateur moyen est susceptible de varier en fonction de la catégorie de produits ou de services en cause [arrêts du Tribunal du 23 octobre 2002, Oberhauser/OHMI — Petit Liberto (Fifties), T-104/01, Rec. p. II-4359, point 28, et du 30 juin 2004, BMI Bertollo/OHMI — Diesel (DIESELIT), T-186/02, Rec. p. II-1887, point 38 ; voir, par analogie, arrêt Lloyd Schuhfabrik Meyer, point 23 supra, point 26].

28 En l'espèce, la marque sur laquelle l'opposition était fondée est une marque communautaire. Dès lors, ainsi que l'a constaté la chambre de recours au point 14 de la décision attaquée, l'examen doit être étendu à l'Union européenne.

29 En ce qui concerne le public pertinent, ainsi que l'a relevé la division d'opposition à la page 4 de sa décision du 7 août 2006 et ainsi que cela ressort du point 17 de la décision attaquée, il est constitué des consommateurs concernés par les produits litigieux. En particulier, les produits de la classe 5 s'adressent aux pharmaciens ainsi qu'à des consommateurs finals raisonnablement bien informés, attentifs et avisés [arrêt du Tribunal du 5 avril 2006, Madaus/OHMI — Optima Healthcare (ECHINAID), T-202/04, Rec. p. II-1115, point 23], qui ont toutefois un degré d'attention élevé et bénéficient, dans leur choix, de l'aide de professionnels hautement qualifiés (voir, en ce sens, arrêt de la Cour du 26 avril 2007, Alcon/OHMI, C-412/05 P, Rec. p. I-3569, point 61, et arrêt ECHINAID, précité, point 33). Quant aux produits chimiques de la classe 1, ils s'adressent à un public spécialisé (notamment les chimistes et les personnels de laboratoire) qui fera donc preuve d'un degré d'attention encore plus élevé.

30 C'est à la lumière des considérations qui précèdent qu'il y a lieu d'examiner l'appréciation par la chambre de recours du risque de confusion entre les signes en conflit.

— Sur la similitude des produits

31 Selon une jurisprudence constante, pour apprécier la similitude entre des produits ou des services, il y a lieu de tenir compte de tous les facteurs pertinents qui caractérisent le rapport pouvant exister entre eux. Ces facteurs incluent, en particulier, leur nature, leur destination, leur utilisation ainsi que leur caractère concurrent ou complémentaire (voir arrêt CAPIO, point 23 supra, point 77, et la jurisprudence citée).

32 À cet égard, contrairement à ce que prétend la requérante, les produits en cause ne sont pas tous identiques, mais pour partie identiques et pour partie similaires, ainsi que l'a constaté à juste titre la chambre de recours au point 15 de la décision attaquée en renvoyant à la décision de la division d'opposition : ainsi, il suffit de constater, à titre exemplatif, que les « kits pour introduire des molécules et des agrégats de molécules » et les produits chimiques à usage médical sont hautement similaires, mais ne sauraient être considérés pour autant comme identiques.

33 Il s'ensuit que la décision attaquée doit être entérinée en ce qui concerne l'analyse de la similitude des produits en cause.

— Sur la similitude des signes

34 Ainsi qu'il a déjà été indiqué au point 26 ci-dessus, l'appréciation globale du risque de confusion, en ce qui concerne la similitude visuelle, phonétique ou conceptuelle des marques en cause, doit être fondée sur l'impression d'ensemble produite par celles-ci, en tenant compte, notamment, de leurs éléments distinctifs et dominants [voir arrêts 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 CAPIO, point 23 supra, point 88, et la jurisprudence citée ; voir, par analogie, arrêt SABEL, point 24 supra, points 23].

35 Il résulte également de la jurisprudence que deux marques sont similaires lorsque, du point de vue du public pertinent, il existe entre elles une égalité au moins partielle en ce qui concerne un ou plusieurs aspects pertinents (arrêts MATRATZEN, point 25 supra, point 30, et CAPIO, point 23 supra, point 89).

36 La chambre de recours a considéré, au point 17 de la décision attaquée, que, nonobstant l'existence d'une similitude résultant du caractère identique des trois premières lettres des signes en cause, les différences entre les termes « iFect » et « ctive » étaient si grandes qu'elles excluaient un risque de confusion.

37 À cet égard, les signes à comparer sont les suivants :

Marque antérieure	Marque demandée
RNActive	RNAiFect

38 S'agissant, en premier lieu, de la comparaison visuelle, il convient de constater que les signes en cause sont tous deux composés d'un seul mot comportant chacun huit lettres, dont les trois premières, écrites en caractères majuscules, sont identiques. Les cinq lettres suivantes de la marque antérieure sont écrites en caractères minuscules, ainsi que celles de la marque demandée, à l'exception de la cinquième lettre « f ».

39 Les ressemblances provenant de l'identité des trois premières lettres sont toutefois fortement atténuées par la présence des cinq dernières lettres des signes en cause qui, bien que quatre d'entre elles soient communes aux deux signes, n'apparaissent pas dans le même ordre, ce qui permet de créer une perception visuelle très différente entre les deux signes en cause. Ainsi, l'impression d'ensemble produite par les signes en cause fait apparaître des différences visuelles.

40 Contrairement à ce que prétend la requérante, il ne ressort pas de la décision attaquée que la chambre de recours se soit contentée de procéder à la décomposition des signes en cause sans effectuer une appréciation visuelle globale. En effet, même s'il est regrettable que la décision attaquée ne soit pas très explicite sur ce point, la chambre de recours, en considérant au point 17 de la décision attaquée que, malgré l'élément commun « rna », l'attention se portera plutôt sur la fin du mot qui est plus distinctive, a, en concluant que cette forte différence permettait d'exclure tout risque de confusion, procédé à une analyse globale des signes en présence.

41 En outre, à supposer même que, ainsi que le prétend la requérante, les signes soient tous deux écrits en caractères majuscules ou en caractères minuscules, force est de constater que, en tout état de cause, la similitude visuelle ne serait pas plus prononcée, la différence résultant du positionnement des cinq dernières lettres permettant toujours de compenser la similitude provenant de l'identité des trois premières lettres.

42 En ce qui concerne, en deuxième lieu, la comparaison phonétique, il convient de relever que, si les deux signes commencent par les trois lettres « r », « n » et « a », leur terminaison permet de créer une distinction assez nette entre eux. Les deux signes se prononcent donc de manière très différente, en sorte que, à supposer qu'il existe une

similitude, elle doit être considérée comme étant à tout le moins extrêmement faible. Par ailleurs, dans le cas où le public pertinent établirait un lien entre les voyelles « a » et « i » de la marque demandée, la différence phonétique serait encore plus perceptible. En revanche, dans une situation normale, il est peu probable, d'une part, que le consommateur doublera la voyelle « a » de la marque antérieure pour prononcer le signe « r-n-a-active », alors même que le signe ne comporte qu'un seul « a » et, d'autre part, que ce même consommateur élidera la prononciation du « i » de la marque demandée pour la prononcer « r-n-a-fect ». Au demeurant, même dans une telle hypothèse, cela ne rendrait pas, en tout état de cause, lesdits signes phonétiquement similaires.

43 S'agissant, en troisième lieu, de la comparaison conceptuelle, il est exact que, au regard des produits concernés, le public visé soit, en particulier en ce qui concerne le public spécialisé, percevra les trois premières lettres comme renvoyant à l'abréviation anglaise de l'acide ribonucléique (ribonucleid acid), soit, en ce qui concerne le grand public, présumera que ces initiales renvoient à tout le moins à un élément de nature médicale ou chimique, même s'il n'en connaît pas le sens exact. Ainsi que l'ont fait valoir à l'audience tant l'OHMI que l'intervenante, il n'est pas rare que, dans le domaine considéré, les producteurs se réfèrent à des complexes chimiques ou moléculaires afin de mettre en exergue la prétendue efficacité d'un produit pharmaceutique offert à la vente.

44 Toutefois, les terminaisons respectives des signes (« ctive » pour l'un et « ifect » pour l'autre), qui ont des sens différents, contrebalancent la similitude résultant de l'élément commun « rna ». L'argumentation de la requérante, qu'elle a particulièrement développée lors de l'audience, selon laquelle le consommateur allemand serait en mesure d'établir un lien entre « ifect » et le mot anglais « effect », qu'il associera donc au mot « active », au motif que les deux termes renverraient à la notion d'efficacité ou au terme « effectif », demande trop d'efforts de déconstruction du signe de la part du consommateur concerné aux fins de l'établissement d'une association entre les deux signes en cause et apparaît donc comme trop improbable pour pouvoir être accueillie.

45 S'il existe une certaine similitude conceptuelle entre les signes en cause, elle provient du fait que l'élément « rna » est commun aux signes en cause, mais est contrebalancée par les significations différentes provenant des terminaisons respectives.

— Sur le risque de confusion

46 Il y a lieu de rappeler qu'il existe un risque de confusion lorsque, cumulativement, le degré de similitude des marques en cause et le degré de similitude des produits ou des services désignés par ces marques sont suffisamment élevés (arrêt MATRATZEN, point 25 supra, point 45).

47 En l'espèce, il a déjà été constaté au point 32 ci-dessus que les produits en cause sont pour partie identiques et pour partie hautement similaires.

48 Les deux signes sont effectivement construits sur l'élément commun « rna ». Cependant, force est de constater que, ainsi que l'avait constaté la division d'opposition, sans que cela ait été mis en cause par la chambre de recours aux points 16 et 17 de la décision attaquée, cet élément a tout au plus un caractère distinctif réduit, même si une partie des consommateurs ne connaît pas précisément la signification de l'abréviation en cause, mais présumerait l'existence d'une référence indirecte notamment à un composé chimique ou moléculaire.

49 Par ailleurs, s'il est vrai que le consommateur attache normalement plus d'importance à la partie initiale des mots dès lors qu'elle est davantage prononcée [voir, en ce sens, arrêt du Tribunal du 27 février 2008, Citigroup/OHMI — Link Interchange Network (WORLDLINK), T-325/04, non publié au Recueil, point 82], il est non moins exact que, en règle générale, le public ne considère pas un élément descriptif ou faiblement distinctif faisant partie d'une marque complexe comme l'élément distinctif et dominant dans l'impression d'ensemble produite par celle-ci (voir arrêt ECHINAID, point 29 supra, point 54, et la jurisprudence citée).

50 Or, ainsi qu'il a été constaté, l'élément commun aux deux signes concernés, à savoir « rna », ayant tout au plus un caractère distinctif réduit, il ne permet pas de distinguer l'origine commerciale des produits. C'est donc à bon droit que la chambre de recours a

considéré, au point 17 de la décision attaquée, que les suffixes concernés des signes en conflit, à savoir « ctive » et « ifect », seraient considérés comme les éléments distinctifs et dominants attirant l'attention des consommateurs, puisqu'ils sont plus distinctifs que l'élément initial « rna » (voir, en ce sens, arrêt ECHINAID, point 29 supra, point 55).

51 En outre, ainsi qu'il a été relevé au point 44 ci-dessus et ainsi que l'OHMI l'a observé à juste titre, il est erroné de prétendre que les terminaisons respectives des signes seraient perçues comme identiques par voie d'association, le mot allemand « aktiv » n'étant nullement synonyme de « effektiv », ce qui permet d'opérer la distinction entre les marques. Dès lors, ces différences de signification seront à même de permettre aux consommateurs concernés de distinguer les signes visés.

52 Ainsi, bien que l'élément commun des deux signes, à savoir « rna », figure en première position, cette identité n'entraîne pas de risque de confusion, car cet élément a un caractère distinctif réduit, en sorte que l'attention du public se portera sur la terminaison des deux signes qui sont, dans le cadre d'une appréciation globale, distincts visuellement, phonétiquement et conceptuellement. Il se dégage donc des deux signes une impression différente.

53 Il s'ensuit que, en l'espèce, le degré d'identité ou de similitude très forte des produits visés est compensé par le faible degré de similitude des signes ainsi que par le caractère faiblement distinctif, voire descriptif, de l'abréviation « RNA », en sorte qu'il y a lieu d'exclure tout risque de confusion dans l'esprit du public visé. Partant, c'est à bon droit que la chambre de recours a considéré qu'il n'existait pas, au regard du public visé, un risque de confusion entre les marques en cause.

54 Au demeurant, à supposer même que l'ensemble des produits en cause soient, ainsi que le prétend la requérante, identiques, l'analyse effectuée aux points 34 à 53 ci-dessus ne permettrait pas d'aboutir à une conclusion différente en ce qui concerne l'absence de risque de confusion.

55 Il résulte de l'ensemble de ce qui précède que le moyen unique ne saurait être accueilli, en sorte que le recours doit être rejeté.

Sur les dépens

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

Par ces motifs,

LE TRIBUNAL (huitième chambre)

déclare et arrête :

1) Le recours est rejeté.

2) CureVac GmbH est condamnée aux dépens.

Martins Ribeiro Wahl Dittrich

Ainsi prononcé en audience publique à Luxembourg, le 28 octobre 2009.

Signatures