Recueil de la jurisprudence

ARRÊT DE LA COUR (deuxième chambre)

8 mai 2014*

«Pourvoi — Marque communautaire — Procédure d'opposition — Demande d'enregistrement de la marque verbale BIMBO DOUGHNUTS — Marque verbale espagnole antérieure DOGHNUTS — Motifs relatifs de refus — Règlement (CE) nº 40/94 — Article 8, paragraphe 1, sous b) — Appréciation globale du risque de confusion — Position distinctive autonome d'un élément d'une marque verbale composée»

Dans l'affaire C-591/12 P,

ayant pour objet un pourvoi au titre de l'article 56 du statut de la Cour de justice de l'Union européenne, introduit le 10 décembre 2012,

Bimbo SA, établie à Barcelone (Espagne), représentée par Me C. Prat, abogado, et par M. R. Ciullo, barrister,

partie requérante,

les autres parties à la procédure étant:

Office de l'harmonisation dans le marché intérieur (marques, dessins et modèles) (OHMI), représenté par MM. A. Folliard-Monguiral et J. Crespo Carrillo, en qualité d'agents,

partie défenderesse en première instance,

Panrico SA, établie à Esplugues de Llobregat (Espagne), représentée par Me D. Pellisé Urquiza, abogado,

partie intervenante en première instance,

LA COUR (deuxième chambre),

composée de Mme R. Silva de Lapuerta, président de chambre, MM. J. L. da Cruz Vilaça, G. Arestis, J.-C. Bonichot et A. Arabadjiev (rapporteur), juges,

avocat général: M. P. Mengozzi,

greffier: Mme L. Hewlett, administrateur principal,

vu la procédure écrite et à la suite de l'audience du 7 novembre 2013,

ayant entendu l'avocat général en ses conclusions à l'audience du 23 janvier 2014,

* Langue de procédure: l'anglais.

rend le présent

Arrêt

1 Par son pourvoi, Bimbo SA (ci-après «Bimbo») demande l'annulation de l'arrêt du Tribunal de l'Union européenne Bimbo/OHMI – Panrico (BIMBO DOUGHNUTS) (T-569/10, EU:T:2012:535, ci-après l'«arrêt attaqué»), par lequel celui-ci a rejeté son recours tendant, à titre principal, à la réformation ou, à titre subsidiaire, à l'annulation de la décision de la quatrième chambre de recours de l'Office de l'harmonisation dans le marché intérieur (marques, dessins et modèles) (OHMI) du 7 octobre 2010 (affaire R 838/2009-4), relative à une procédure d'opposition entre Panrico SA (ci-après «Panrico») et Bimbo (ci-après la «décision litigieuse»).

Le cadre juridique

2 Le règlement (CE) nº 40/94 du Conseil, du 20 décembre 1993, sur la marque communautaire (JO 1994, L 11, p. 1), a été abrogé et remplacé par le règlement (CE) nº 207/2009 du Conseil, du 26 février 2009, sur la marque communautaire (JO L 78, p. 1). Ce dernier règlement est entré en vigueur le 13 avril 2009.

3 Sous l'intitulé «Motifs relatifs de refus», l'article 8, paragraphe 1, du règlement nº 40/94 disposait:

«Sur opposition du titulaire d'une marque antérieure, la marque demandée est refusée à l'enregistrement:

[...]

b) lorsqu'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 dans lequel la marque antérieure est protégée; le risque de confusion comprend le risque d'association avec la marque antérieure.»

Les antécédents du litige

4 Les antécédents du litige sont résumés comme suit aux points 1 à 14 de l'arrêt attaqué:

«1 Le 25 mai 2006, [Bimbo] a présenté une demande d'enregistrement de marque communautaire à [l'OHMI], en vertu du règlement [nº 40/94], tel que modifié [remplacé par le règlement [nº 207/2009]].

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

3 Les produits pour lesquels l'enregistrement a été demandé relèvent de la classe 30 au sens de l'arrangement de Nice concernant la classification internationale des produits et des services aux fins de l'enregistrement des marques, du 15 juin 1957, tel que révisé et modifié, et correspondent à la description suivante: 'produits de pâtisserie et de boulangerie, en particulier beignets'.

4 La demande de marque communautaire a été publiée au *Bulletin des marques communautaires* nº 42/2006, du 16 octobre 2006.

5 Le 16 janvier 2007, [Panrico] a formé opposition au titre de l'article 42 du règlement nº 40/94 (devenu article 41 du règlement nº 207/2009), à l'enregistrement de la marque demandée pour tous les produits visés au point 3 ci-dessus.

6 L'opposition était fondée sur plusieurs marques nationales et internationales verbales et figuratives antérieures. Elle était notamment fondée sur la marque verbale espagnole DOGHNUTS, enregistrée le 18 juin 1994 sous le nº 1288926 pour les produits relevant de la classe 30 et correspondant à la description suivante: 'produits et préparations de confiserie et de pâtisserie et produits et préparations pour sucreries et friandises en tout genre; sucre, chocolat, thé, cacao, café et leurs succédanés; vanille, essences et produits et préparations pour crème caramel et gâteaux, produits comestibles à base de chocolat et de sucre, glaces comestibles, sucre candi, chocolats, beignets de forme ronde, gommes à mâcher et biscuits'.

7 Les motifs invoqués à l'appui de l'opposition étaient ceux visés à l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement nº 207/2009, et à l'article 8, paragraphe 5, du même règlement.

8 Le 25 mai 2009, la division d'opposition a accueilli l'opposition.

9 Le 24 juillet 2009, la requérante a formé un recours auprès de l'OHMI, au titre des articles 58 à 64 du règlement nº 207/2009, contre la décision de la division d'opposition.

10 Par [la décision litigieuse], la quatrième chambre de recours [(ci-après la 'chambre de recours')] a rejeté le recours. Tout comme la division d'opposition, la chambre de recours s'est bornée à comparer la marque demandée à la marque antérieure verbale espagnole DOGHNUTS (ci-après la 'marque antérieure') et a conclu à l'existence d'un risque de confusion, au sens de l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement nº 207/2009, sur cette base.

11 La chambre de recours a relevé que 'doughnut' était un mot anglais, signifiant '[...] petit gâteau moelleux en forme d'anneau épais fait de pâte'. Selon la chambre de recours, ce mot n'existe pas en espagnol, langue dans laquelle ses équivalents seraient 'dónut' ou 'rosquilla'. La chambre de recours a considéré que, pour le consommateur espagnol moyen (à l'exception de ceux parlant l'anglais), le mot 'doughnut' ne décrivait pas les produits en cause ni leurs qualités et ne présentait pas de connotation particulière en ce qui les concerne. Selon la chambre de recours, le signe antérieur, tout comme le signe demandé, sera perçu comme un terme étranger ou fantaisiste par la plupart des consommateurs.

12 La chambre de recours a, en outre, considéré que les signes en cause étaient similaires, dans la mesure où la marque antérieure était incorporée, de façon presque identique, dans la marque demandée. Les marques en cause revêtiraient un degré moyen de similitude visuelle et phonétique. Une comparaison conceptuelle ne serait pas possible.

13 Les produits visés par les marques en conflit seraient identiques. Le caractère distinctif de la marque antérieure serait moyen.

14 La chambre de recours a conclu que, compte tenu du caractère distinctif moyen de la marque antérieure, dans une appréciation globale du risque de confusion, en raison du degré moyen de similitude visuelle et phonétique entre les signes, il existait un risque de confusion dans l'esprit des consommateurs pertinents pour tous les produits contestés, qui ont été jugés identiques.»

La procédure devant le Tribunal et l'arrêt attaqué

5 Bimbo a introduit un recours tendant, à titre principal, à la réformation de la décision litigieuse ou, à titre subsidiaire, à son annulation.

6 À l'appui de sa demande d'annulation de la décision litigieuse, Bimbo a soulevé deux moyens tirés, le premier, d'une violation des articles 75 et 76 du règlement nº 207/2009 et, le second, de la violation de l'article 8, paragraphe 1, sous b), de ce règlement.

7 Par l'arrêt attaqué, le Tribunal a déclaré irrecevable la demande de réformation de la décision litigieuse et a rejeté les moyens tendant à l'annulation de cette décision.

Les conclusions des parties

8 Bimbo demande à la Cour d'annuler l'arrêt attaqué et la décision litigieuse ainsi que de condamner l'OHMI aux dépens.

9 L'OHMI conclut à ce que la Cour rejette le pourvoi et condamne Bimbo aux dépens.

10 Panrico conclut à ce que la Cour déclare son mémoire en réponse recevable et fondé, confirme l'arrêt attaqué et condamne Bimbo aux dépens.

Sur le pourvoi

11 À l'appui de son pourvoi, Bimbo soulève un moyen unique, qui s'articule en deux branches et qui est tiré d'une violation de l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement nº 207/2009.

12 Or, étant donné que, en l'occurrence, la demande d'enregistrement de la marque communautaire litigieuse a été introduite le 25 mai 2006 et que cette date est déterminante aux fins de l'identification du droit matériel applicable (voir, en ce sens, ordonnances Shah/Three-N-Products Private, C-14/12 P, EU:C:2013:349, point 2, et DMK/OHMI, C-346/12 P, EU:C:2013:397, point 2), le présent litige est régi, d'une part, par les dispositions procédurales du règlement nº 207/2009 et, d'autre part, par les dispositions matérielles du règlement nº 40/94.

Sur la première branche du moyen unique

Argumentation des parties

13 Bimbo soutient, tout d'abord, que, par le raisonnement figurant au point 97 de l'arrêt attaqué, le Tribunal a confondu les notions de «caractère distinctif» ainsi que d'«élément dépourvu de toute signification», d'une part, et de «position distinctive autonome», d'autre part. Or, ni le caractère distinctif intrinsèque ni le degré de signification d'un élément d'une marque composée ne sauraient être confondus avec la position distinctive de ce dernier dans cette marque. Le terme «position» suggérerait qu'il s'agit d'une notion devant être appréciée au regard des caractéristiques des autres éléments qui constituent le signe concerné.

14 Ensuite, le raisonnement du Tribunal implique, selon Bimbo, que toute marque composée de deux éléments, dont l'un est une marque renommée et l'autre une marque possédant un caractère distinctif moyen, dépourvu de signification particulière pour le public pertinent, sera considérée comme se composant de deux éléments à position distinctive autonome. Or, la Cour aurait considéré que, habituellement, le consommateur moyen perçoit une marque comme un tout et ce serait uniquement dans des cas particuliers qu'elle aurait admis qu'il ne pouvait être exclu qu'un élément d'une marque composée puisse conserver une position distinctive autonome dans le signe composé concerné.

15 Dans le même sens, la Cour aurait affirmé, au point 38 de l'arrêt Becker/Harman International Industries (C-51/09 P, EU:C:2010:368), que, dans une marque composée, un nom de famille ne conserve pas dans tous les cas une position distinctive autonome au seul motif qu'il sera perçu comme un tel nom. La constatation d'une telle position ne pourrait être fondée que sur un examen de l'ensemble des facteurs pertinents du cas d'espèce.

16 Enfin, Bimbo relève que, selon elle, les notions d'«ensemble unitaire» et d'«unité logique», employées par le Tribunal, n'apparaissent pas dans la jurisprudence de la Cour. Si, par ces notions, le Tribunal entendait que la marque composée contient différents éléments «autonomes», ce fait n'impliquerait pas que ces derniers occupent une position distinctive autonome.

17 L'OHMI et Panrico contestent le bien-fondé de l'argumentation de Bimbo. En particulier, l'OHMI soutient que la première branche du moyen unique invoqué est irrecevable, dès lors qu'il ressortirait du point 97 de l'arrêt attaqué que le Tribunal s'est borné à examiner la signification concrète du signe dont l'enregistrement est demandé et qu'il a donc procédé à une appréciation des faits.

Appréciation de la Cour

18 S'agissant de la recevabilité de la première branche du moyen unique invoqué, il convient de relever que Bimbo reproche au Tribunal d'avoir confondu certaines notions de droit, d'avoir méconnu la règle selon laquelle la position distinctive autonome d'un élément d'une marque composée ne saurait être constatée qu'à titre exceptionnel et d'avoir employé une terminologie étrangère à la jurisprudence en la matière. En conséquence, contrairement à ce que prétend l'OHMI, Bimbo ne se borne pas à demander à la Cour une nouvelle appréciation des faits, mais reproche au Tribunal d'avoir commis des erreurs de droit. Il s'ensuit que cette branche est recevable.

19 Quant au fond, il y a lieu de rappeler que, selon une jurisprudence constante, constitue un risque de confusion, au sens de l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement nº 40/94, 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 arrêts OHMI/Shaker, C-334/05 P, EU:C:2007:333, point 33, et Nestlé/OHMI, C-193/06 P, EU:C:2007:539, point 32).

20 L'existence d'un risque de confusion dans l'esprit du public doit être appréciée globalement en tenant compte de tous les facteurs pertinents du cas d'espèce (voir, en ce sens, arrêts SABEL, C-251/95, EU:C:1997:528, point 22; OHMI/Shaker, EU:C:2007:333, point 34, et Nestlé/OHMI, EU:C:2007:539, point 33).

21 L'appréciation globale du risque de confusion doit, en ce qui concerne la similitude visuelle, auditive ou conceptuelle des marques en conflit, être fondée sur l'impression d'ensemble produite par celles-ci, en tenant compte en particulier de leurs éléments distinctifs et dominants. La perception des marques qu'a le consommateur moyen des produits ou des services en cause joue un rôle déterminant dans l'appréciation globale dudit risque. À cet égard, le consommateur moyen perçoit normalement une marque comme un tout et ne se livre pas à un examen de ses différents détails (voir, en ce sens, arrêts SABEL, EU:C:1997:528, point 23; OHMI/Shaker, EU:C:2007:333, point 35, et Nestlé/OHMI, EU:C:2007:539, point 34).

22 L'appréciation de la similitude entre deux marques ne peut se limiter à prendre en considération uniquement un composant d'une marque complexe et à le comparer avec une autre marque. Il y a lieu, au contraire, d'opérer la comparaison en examinant les marques en cause considérées chacune dans son ensemble (arrêt OHMI/Shaker, EU:C:2007:333, point 41).

23 L'impression d'ensemble produite dans la mémoire du public pertinent par une marque complexe peut, dans certaines circonstances, être dominée par un ou plusieurs de ses composants. Toutefois, ce n'est que si tous les autres composants de la marque sont négligeables que l'appréciation de la similitude pourra se faire sur la seule base de l'élément dominant (arrêts OHMI/Shaker, EU:C:2007:333, points 41 et 42, ainsi que Nestlé/OHMI, EU:C:2007:539, points 42 et 43 ainsi que jurisprudence citée).

24 À cet égard, la Cour a précisé qu'il n'est pas exclu qu'une marque antérieure, utilisée par un tiers dans un signe composé comprenant la dénomination de l'entreprise de ce tiers, conserve une position distinctive autonome dans le signe composé. Dès lors, aux fins de la constatation d'un risque de confusion, il suffit que, en raison de la position distinctive autonome conservée par la marque antérieure, le public attribue également au titulaire de cette marque l'origine des produits ou des services couverts par le signe composé (arrêt Medion, C-120/04, EU:C:2005:594, points 30 et 36, ainsi que ordonnance Perfetti Van Melle/OHMI, C-353/09 P, EU:C:2011:73, point 36).

25 Cependant, un élément d'un signe composé ne conserve pas une telle position distinctive autonome si cet élément forme avec le ou les autres éléments du signe, pris ensemble, une unité ayant un sens différent par rapport au sens desdits éléments pris séparément (voir, en ce sens, ordonnance ecoblue/OHMI et Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, C-23/09 P, EU:C:2010:35, point 47; arrêt Becker/Harman International Industries, EU:C:2010:368, points 37 et 38, ainsi que ordonnance Perfetti Van Melle/OHMI, EU:C:2011:73, points 36 et 37).

26 En l'espèce, le Tribunal a constaté, aux points 79 et 81 de l'arrêt attaqué, que, à supposer même que l'élément «bimbo» occupait une position dominante dans la marque dont l'enregistrement est demandé, l'élément «doughnuts» n'était pas négligeable dans l'impression d'ensemble produite par cette marque et devait, dès lors, être pris en considération dans la comparaison des marques en conflit.

27 Au point 97 de cet arrêt, le Tribunal a précisé que, l'élément «doughnuts» étant dépourvu de toute signification pour le public pertinent, cet élément ne formait pas avec l'autre élément du signe, pris ensemble, une unité ayant un sens différent par rapport au sens desdits éléments pris séparément. Il a ainsi conclu que l'élément «doughnuts» conservait une position distinctive autonome au sein de la marque dont l'enregistrement est demandé et devait, dès lors, être pris en considération dans l'appréciation globale du risque de confusion.

28 Au point 100 de l'arrêt attaqué, le Tribunal a jugé que, en tenant compte de tous les facteurs pertinents du cas d'espèce, l'appréciation globale confirmait la conclusion de la chambre de recours, selon laquelle il existait un risque de confusion.

29 Ainsi, le Tribunal n'a pas conclu à l'existence d'un risque de confusion à partir du seul constat que l'élément «doughnuts» occupe, dans la marque demandée, une position distinctive autonome, mais l'a déduite d'une appréciation globale qui comporte les différentes étapes de l'examen qui ressortent de la jurisprudence rappelée aux points 19 à 25 du présent arrêt et dans le cadre de laquelle il a pris en considération les facteurs pertinents en l'espèce. Il a, de la sorte, fait une exacte application de l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 40/94.

30 Ce constat n'est pas infirmé par les autres arguments avancés par Bimbo.

31 Dans la mesure où Bimbo reproche au Tribunal, tout d'abord, d'avoir employé, au point 97 de l'arrêt attaqué, les notions de «caractère distinctif» et d'«élément dépourvu de toute signification», il suffit de relever que le Tribunal s'est borné, dans ce point, à rejeter les prétentions de Bimbo, visant à établir que, en raison du fait que l'élément «doughnuts» était dépourvu de caractère distinctif, celui-ci ne devait pas être pris en compte lors de l'appréciation du risque de confusion.

32 Le Tribunal a ainsi complété son appréciation figurant au point 81 de l'arrêt attaqué, selon laquelle ledit élément n'était pas négligeable dans l'impression d'ensemble produite par la marque dont l'enregistrement est demandé et devait, dès lors, être pris en considération dans la comparaison des marques en conflit. Ce faisant, il n'a aucunement confondu les notions en cause.

33 Ensuite, pour autant que Bimbo fait valoir que le Tribunal a méconnu la règle selon laquelle le constat d'une position distinctive autonome d'un élément d'un signe composé constitue une exception devant être dûment justifiée par rapport à la règle générale selon laquelle le consommateur perçoit normalement une marque comme un tout, il convient de relever que l'examen de l'existence ou non d'une position distinctive autonome de l'un des éléments d'un signe composé vise à déterminer ceux desdits éléments qui seront perçus par le public visé.

34 En effet, ainsi que M. l'avocat général l'a relevé aux points 25 et 26 de ses conclusions, il y a lieu, dans chaque cas individuel, de déterminer, au moyen, notamment, d'une analyse des composants d'un signe et de leur poids relatif dans la perception du public visé, l'impression d'ensemble produite par le signe dont l'enregistrement est demandé dans la mémoire dudit public et de procéder ensuite, à la lumière de cette impression d'ensemble et de tous les facteurs pertinents de l'espèce, à l'appréciation du risque de confusion.

35 Or, d'une part, la détermination des éléments d'un signe composé qui contribuent à l'impression d'ensemble produite par ce signe dans la mémoire du public visé est effectuée avant l'appréciation globale du risque de confusion des signes en cause. Une telle appréciation doit être fondée sur l'impression d'ensemble produite par les marques en conflit, étant donné que le consommateur moyen perçoit normalement une marque comme un tout et ne se livre pas à un examen de ses différents détails, ainsi qu'il a été rappelé au point 21 du présent arrêt. Dès lors, il n'y a pas lieu de considérer qu'il s'agit d'une exception devant être dûment justifiée par rapport à cette règle générale.

36 D'autre part, il convient de souligner que l'appréciation individuelle de chaque signe, telle que requise par la jurisprudence constante de la Cour, doit être effectuée en fonction des circonstances particulières de l'espèce et ne saurait, dès lors, être considérée comme étant soumise à des présomptions générales. Ainsi que M. l'avocat général l'a relevé au point 24 de ses conclusions, il ressort en particulier de la jurisprudence postérieure à l'arrêt Medion (EU:C:2005:594), que la Cour n'a pas introduit, dans cet arrêt, une dérogation aux principes régissant l'appréciation du risque de confusion.

37 Enfin, s'agissant de l'argumentation résumée au point 16 du présent arrêt, force est de constater que les expressions «ensemble unitaire» et «unité logique», employées par le Tribunal au point 97 de l'arrêt attaqué, correspondent à celle d'«unité ayant un sens différent», utilisée par la Cour dans la jurisprudence rappelée au point 25 du présent arrêt.

38 Il résulte des considérations qui précèdent que l'appréciation à laquelle s'est livré le Tribunal n'est pas entachée des erreurs de droit alléguées par Bimbo et que, par conséquent, la première branche du moyen unique invoqué doit être écartée comme étant non fondée.

Sur la seconde branche du moyen unique

Argumentation des parties

39 Bimbo estime, tout d'abord, que le Tribunal a fondé la constatation de l'existence d'un risque de confusion sur la présomption selon laquelle l'élément «doughnuts» occupe une position distinctive autonome, sans avoir pris en compte tous les autres facteurs spécifiques du cas d'espèce.

40 Ainsi, le Tribunal n'aurait pas tenu compte de ce que la marque dont l'enregistrement est demandé est caractérisée par son premier élément, «bimbo», marque jouissant d'une grande renommée en Espagne pour les produits au titre desquels l'enregistrement de cette marque a été demandé. Il n'aurait pas non plus relevé que la marque antérieure ne possède pas un caractère distinctif élevé ou particulier et que le terme «doghnuts» n'était pas reproduit à l'identique dans la marque dont l'enregistrement est demandé.

41 Ensuite, Bimbo fait valoir que la force d'une marque renommée, qui est le premier élément de la marque composée, permet normalement d'éviter que l'impression globale produite par cette dernière marque soit perçue par le public pertinent comme attribuant la provenance des produits en question au titulaire de la marque antérieure ou à des entreprises liées économiquement.

42 Partant, selon Bimbo, le Tribunal devait, afin de pouvoir constater l'existence d'un risque de confusion entre les marques en conflit, justifier les raisons pour lesquelles, exceptionnellement, en l'espèce, la marque dont l'enregistrement est demandé, au vu de l'impression d'ensemble qu'elle produit sur le public pertinent, donnerait lieu à un risque de confusion.

43 Enfin, Bimbo estime que, lors de l'appréciation du risque de confusion, le Tribunal n'a pas dûment tenu compte de la circonstance selon laquelle, contrairement aux usages dans le secteur commercial concerné par l'affaire ayant donné lieu à l'arrêt Medion (EU:C:2005:594), il serait très inhabituel, dans le secteur de la boulangerie, de conclure des accords commerciaux ou de s'associer pour offrir des produits.

44 L'OHMI et Panrico contestent l'argumentation de Bimbo.

Appréciation de la Cour

45 Tout d'abord, ainsi que M. l'avocat général l'a relevé aux points 37 à 42 de ses conclusions, eu égard au raisonnement figurant notamment aux points 91 à 100 de l'arrêt attaqué, il ne saurait être reproché au Tribunal d'avoir automatiquement déduit le risque de confusion entre les signes en conflit de la constatation d'une position distinctive autonome de l'élément «doughnuts» dans la marque dont l'enregistrement est demandé.

46 En effet, il ressort de ces points que le Tribunal a effectué une appréciation globale du risque de confusion et qu'il a pris en compte, à cette fin, les facteurs spécifiques du cas d'espèce. En outre, cette appréciation est fondée sur un examen détaillé, aux points 52 à 89 de l'arrêt attaqué, de tous les éléments soulevés par Bimbo et, en particulier, sur le caractère renommé de cette marque. L'argumentation présentée à cet égard par cette société devant la Cour procède ainsi d'une lecture erronée de cet arrêt et doit, pour ce motif, être rejetée.

47 Ensuite, eu égard aux constatations effectuées aux points 33 et 34 du présent arrêt, l'argumentation résumée aux points 41 et 42 de celui-ci procède d'une interprétation erronée de la jurisprudence pertinente et doit, pour ce motif, être écartée.

48 Enfin, quant à l'argumentation de Bimbo résumée au point 43 du présent arrêt, il suffit de constater que, comme l'OHMI le fait valoir à bon droit, elle est soulevée pour la première fois devant la Cour et que, dès lors, elle doit, conformément à une jurisprudence constante, être rejetée comme étant irrecevable.

49 Il s'ensuit que la seconde branche du moyen unique invoqué par Bimbo doit être écartée comme étant, en partie, irrecevable et, en partie, non fondée.

50 Par conséquent, il convient d'écarter le moyen unique invoqué à l'appui du pourvoi et de rejeter ce dernier.

Sur les dépens

51 En vertu de l'article 184, paragraphe 2, du règlement de procédure de la Cour, lorsque le pourvoi n'est pas fondé, la Cour statue sur les dépens. Aux termes de l'article 138, paragraphe 1, de ce règlement, applicable à la procédure de pourvoi en vertu de l'article 184, paragraphe 1, de celui-ci, toute partie qui succombe est condamnée aux dépens, s'il est conclu en ce sens.

52 Bimbo ayant succombé en ses moyens et l'OHMI ainsi que Panrico ayant conclu à la condamnation de celle-ci, il y a lieu de la condamner aux dépens.

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

1) Le pourvoi est rejeté.

2) Bimbo SA est condamnée aux dépens.

Signatures