Recueil de la jurisprudence

ARRÊT DU TRIBUNAL (troisième chambre)

19 novembre 2025 *

« Marque de l'Union européenne – Procédure de déchéance – Marque de l'Union européenne figurative Làv – Article 18, paragraphe 1, et article 58, paragraphe 1, sous a), du règlement (UE) 2017/1001 – Preuve de l'usage sérieux – Appréciation des éléments de preuve – Charge de la preuve déraisonnable ou excessive – Principe de bonne administration – Article 41 de la charte des droits fondamentaux »

Dans l'affaire T-563/24,

Gürok Turizm ve Madencilik AŞ, établie à Kütahya (Turquie), représentée par M^es^ J. Erdozain López, J. Vicente Martínez et M. López Camba, avocats,

partie requérante,

contre

Office de l'Union européenne pour la propriété intellectuelle (EUIPO), représenté par M^me^ D. Stoyanova-Valchanova, en qualité d'agent,

partie défenderesse,

l'autre partie à la procédure devant la chambre de recours de l'EUIPO ayant été

Olav GmbH, établie à Cologne (Allemagne),

LE TRIBUNAL (troisième chambre),

composé, lors des délibérations, de M^me^ P. Škvařilová-Pelzl (rapporteure), présidente, MM. I. Nõmm et D. Kukovec, juges,

greffier : M. J. Čuboň, administrateur,

vu la phase écrite de la procédure,

à la suite de l'audience du 7 juillet 2025,

rend le présent

* Langue de procédure : l'anglais.

Arrêt

1 Par son recours fondé sur l'article 263 TFUE, la requérante, Gürok Turizm ve Madencilik AŞ, demande l'annulation de la décision de la quatrième chambre de recours de l'Office de l'Union européenne pour la propriété intellectuelle (EUIPO) du 22 août 2024 (affaire R 214/2024-4) (ci-après la « décision attaquée »).

Antécédents du litige

2 La requérante est titulaire de la marque de l'Union européenne nº 011224821, enregistrée le 7 mars 2013 à la suite d'une demande présentée le 28 septembre 2012 par Gürallar YAPI Malzemeleri Vᵉ Kimya Sanayii Anonim Sirketi, son prédécesseur en droit, pour le signe figuratif suivant :



3 Les produits et les services couverts par la marque mentionnée au point 2 ci-dessus relevaient des classes 8, 11, 19, 21, 35, 37 et 39 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 correspondaient, pour chacune de ces classes, à la description suivante :

– classe 8 : « Outils et instruments à main entraînés manuellement ; coutellerie, fourchettes et cuillers ; armes blanches ; rasoirs ; couverts de table en métaux précieux ou en plaqué, à savoir, couteaux, cuillers et fourchettes ; tranchoirs à œuf ou à fromage non électriques, coupe-pizza non électriques, épluche-fruits et légumes non électriques » ;

– classe 11 : « Appareils d'éclairage, de chauffage, de production de vapeur, de cuisson, de réfrigération, de séchage, de ventilation, de distribution d'eau et installations sanitaires ; baignoires, bidets, installations de bain, cabines de douches, urinoirs (appareils sanitaires), cabinets de toilette, toilettes, portables ; toilettes, éviers » ;

– classe 19 : « Matériaux de construction non métalliques ; tuyaux rigides non métalliques pour la construction ; asphalte, poix et bitume ; constructions transportables non métalliques ; monuments non métalliques ; matériaux moulés de construction et construction de routes en béton, gypse, faïence, argile, sable, pierre naturelle, pierre synthétique, bois, plastique ou matériaux synthétiques ; constructions, perchoirs, barrières ; enduits de surface non métalliques naturels ou synthétiques à des fins de construction sous forme de plaques ou bandes (thermocollantes) ; blocs de verre pour le bâtiment, briques de construction en verre, tuiles de verre, plaques de verre, panneaux vitrés pour construction » ;

– classe 21 : « Ustensiles et récipients pour le ménage ou la cuisine ; peignes et éponges ; brosses (à l'exception des pinceaux) ; matériaux pour la brosserie ; matériel de nettoyage ; paille de fer ; verre brut ou mi-ouvré (à l'exception du verre de construction) ; verrerie, porcelaine et faïence non comprises dans d'autres classes ; plats, pots, boîtes à biscuits, verres, tasses, plateaux,

coquetiers, tasses à café, poêlons, carafes, moules à gâteaux, théières, vaisselle de table (autre que couteaux, fourchettes et cuillères) en verre et porcelaine, à savoir bols, mugs, assiettes, salières et poivrières, sauciers, cruches et vases ; statuettes, statues et objets d'art en verre et porcelaine » ;

– classe 35 : « Publicité ; gestion des affaires commerciales ; administration commerciale ; travaux de bureau ; rassemblement, pour des tiers, d'outils et instruments à main (manuels), appareils d'éclairage, chauffage, production de vapeur, cuisson, réfrigération, séchage, ventilation, fourniture d'eau et installations sanitaires, matériaux de construction, tubes non métalliques rigides pour construction, constructions non métalliques transportables, monuments, non métalliques, ustensiles et récipients de ménage ou cuisine, verrerie, porcelaine et faïence (à l'exception de leur transport), afin de permettre aux clients de repérer et d'acheter facilement ces produits ; tous les services précités pouvant être fournis dans des magasins de vente au détail, dans des points de vente en gros, par le biais de catalogues de vente par correspondance ou par voie électronique, par exemple, par le biais de sites Internet ou de programmes de téléachat » ;

– classe 37 : « Construction ; réparation ; services d'installation ; services de construction ; construction, réparation et restauration » ;

– classe 39 : « Transport ; emballage et entreposage de marchandises ; organisation de voyages ; services d'agences de commission de transport sous forme d'organisation d'excursions pour touristes, services d'agences de commission de fret pour courtage de fret, services d'agences de bateaux sous forme de transport en bateaux de fret, services de bureaux de tourisme sous forme de services d'agences de tourisme et services de guides touristiques, services de réservation de transport, voyages et billets de voyages, services d'organisation de voyages ».

4 Le 8 décembre 2022, Olav GmbH, l'autre partie à la procédure devant la chambre de recours, a déposé une demande de déchéance de la marque mentionnée au point 2 ci-dessus pour tous les produits et les services pour lesquels ladite marque avait été enregistrée, sur le fondement de l'article 58, paragraphe 1, sous a), du règlement (UE) 2017/1001 du Parlement européen et du Conseil, du 14 juin 2017, sur la marque de l'Union européenne (JO 2017, L 154, p. 1), au motif que cette marque n'avait pas fait l'objet d'un usage sérieux pendant une période ininterrompue de cinq ans.

5 Par décision du 28 novembre 2023, la division d'annulation a partiellement accueilli la demande et prononcé la déchéance de la marque contestée pour l'ensemble des produits mentionnés au point 3 ci-dessus, à l'exception des « récipients pour le ménage ou la cuisine ; verrerie non comprise dans d'autres classes ; plats, pots, boîtes à biscuits, verres, tasses, tasses à café, carafes, vaisselle de table (autre que couteaux, fourchettes et cuillères) en verre, à savoir bols, mugs, assiettes, cruches », relevant de la classe 21.

6 Le 28 janvier 2024, Olav GmbH a formé un recours auprès de l'EUIPO, au titre des articles 66 à 71 du règlement 2017/1001, contre la décision de la division d'annulation, en ce que la déchéance de la marque contestée n'avait pas été prononcée pour les produits mentionnés au point 5 ci-dessus.

7 Par la décision attaquée, la chambre de recours a annulé la décision de la division d'annulation, en considérant, en substance, que les éléments de preuve produits par la requérante n'atteignaient pas le seuil requis de force probante permettant de démontrer l'importance de l'usage de la

marque contestée et que l'absence d'explications supplémentaires et de référencements croisés de la part de la requérante faisait obstacle à ce que lesdits éléments de preuve puissent être considérés comme revêtant un caractère solide, objectif et suffisant.

Conclusions des parties

8 La requérante conclut, en substance, à ce qu'il plaise au Tribunal :

– annuler la décision attaquée, dans la mesure où celle-ci a accueilli la demande en déchéance pour tous les produits relevant de la classe 21 visés par la marque contestée ;

– condamner l'EUIPO aux dépens ;

– condamner Olav GmbH aux dépens.

9 L'EUIPO conclut à ce qu'il plaise au Tribunal d'annuler la décision attaquée.

10 Lors de l'audience, la requérante a complété ses conclusions en demandant au Tribunal, à titre subsidiaire, de réformer la décision attaquée.

11 Par ailleurs, lors de l'audience, la requérante a déclaré renoncer à son chef de conclusions tendant à la condamnation d'Olav GmbH aux dépens, dès lors que cette dernière n'était pas partie à la procédure devant le Tribunal, ce dont il a été pris acte dans le procès-verbal de l'audience.

En droit

Sur la recevabilité de certains chefs de conclusions

Sur la recevabilité du chef de conclusions de la requérante tendant à la réformation de la décision attaquée

12 Lors de l'audience, la requérante a introduit devant le Tribunal un chef de conclusions supplémentaire tendant, à titre subsidiaire, à la réformation de la décision attaquée. En substance, la requérante demande au Tribunal de constater, à l'instar de la division d'annulation, que la marque contestée a fait l'objet d'un usage sérieux, sur le fondement des éléments de preuve produits lors de la phase précontentieuse.

13 Aux termes de l'article 21 du statut de la Cour de justice de l'Union européenne, applicable à la procédure devant le Tribunal conformément à l'article 53, premier alinéa, du même statut, ainsi que de l'article 76 du règlement de procédure du Tribunal, la requête introductive d'instance doit notamment indiquer l'objet du litige et contenir les conclusions de la partie requérante. Les conclusions doivent être exposées de manière précise et non équivoque, puisque, à défaut, le Tribunal risquerait de statuer infra ou ultra petita et les droits de la partie défenderesse risqueraient de se trouver méconnus [voir, en ce sens et par analogie, arrêt du 21 octobre 2015, Petco Animal Supplies Stores/OHMI – Gutiérrez Ariza (PETCO), T-664/13, EU:T:2015:791, point 24 et jurisprudence citée]. Par ailleurs, de nouvelles conclusions présentées pour la première fois lors de l'audience ne peuvent être admises sous peine de priver la partie

défenderesse de la possibilité de préparer sa réponse et ainsi violer les droits de la défense (voir, en ce sens, arrêts du 17 mars 2005, Commission/AMI Semiconductor Belgium e.a., C-294/02, EU:C:2005:172, point 75, et du 15 septembre 2021, ADR Center/Commission, T-364/15, non publié, EU:T:2021:593, point 65 et jurisprudence citée).

14 Ainsi, seules les conclusions exposées dans la requête introductive d'instance peuvent être prises en considération et le bien-fondé du recours doit être examiné uniquement au regard des conclusions figurant dans ladite requête. L'article 84, paragraphe 1, du règlement de procédure permet la production de moyens nouveaux à la condition que ceux-ci se fondent sur des éléments de droit et de fait qui se sont révélés pendant la procédure. Il ressort de la jurisprudence que cette condition régit a fortiori toute modification des conclusions et que, à défaut d'éléments de droit et de fait révélés pendant la procédure écrite, seules les conclusions de la requête peuvent être prises en considération (voir, en ce sens, arrêt du 21 octobre 2015, PETCO, T-664/13, EU:T:2015:791, point 25 et jurisprudence citée).

15 Or, en l'espèce, la demande de réformation de la décision attaquée ne se fonde sur aucun élément nouveau, au sens de l'article 84, paragraphe 1, du règlement de procédure, de sorte que, même à supposer que la requérante ait voulu adapter ses conclusions lors de l'audience, une telle modification ne saurait être admise compte tenu de l'absence de tout élément de droit et de fait nouveau qui aurait été révélé pendant la procédure.

16 Il s'ensuit que le chef de conclusions de la requérante tendant, à titre subsidiaire, à la réformation de la décision attaquée, présenté pour la première fois devant le Tribunal lors de l'audience, est irrecevable.

Sur la recevabilité du chef de conclusions par lequel l'EUIPO se rallie aux conclusions de la requérante

17 Par son chef de conclusions unique, l'EUIPO se rallie aux conclusions de la requérante tendant à l'annulation de la décision attaquée.

18 Or, si l'EUIPO ne dispose pas de la légitimation active requise pour introduire un recours contre une décision d'une chambre de recours, en revanche, il ne saurait être tenu de défendre systématiquement toute décision attaquée d'une chambre de recours ou de conclure obligatoirement au rejet de tout recours dirigé contre une telle décision. Rien ne s'oppose à ce que l'EUIPO se rallie à une conclusion de la partie requérante ou encore se contente de s'en remettre à la sagesse du Tribunal, tout en présentant tous les arguments qu'il estime appropriés pour éclairer le Tribunal. En revanche, il ne peut pas formuler des conclusions visant à l'annulation ou à la réformation de la décision de la chambre de recours sur un point non soulevé dans la requête ou présenter des moyens non soulevés dans la requête [voir arrêt du 25 octobre 2005, Peek & Cloppenburg/OHMI (Cloppenburg), T-379/03, EU:T:2005:373, point 22 et jurisprudence citée].

19 En l'espèce, il y a lieu d'observer que la requérante fait grief à la chambre de recours d'avoir, en substance, imposé, dans le cadre d'une procédure de déchéance, une exigence de qualité de la preuve si élevée qu'elle constituerait une contrainte extrêmement lourde et peu pratique afin de démontrer l'usage sérieux de la marque contestée. En outre, la requérante soutient que la chambre de recours a commis une erreur d'appréciation en considérant que les preuves se rapportant à l'importance de l'usage de ladite marque étaient insuffisantes pour que celui-ci soit considéré comme sérieux.

20 L'EUIPO soutient, en substance, l'argumentation de la requérante et fait grief à la chambre de recours d'avoir imposé, dans les circonstances factuelles spécifiques de l'espèce, une exigence de qualité de la preuve déraisonnable, de sorte qu'il y aurait lieu d'annuler la décision attaquée.

21 Il s'ensuit que le chef de conclusions unique, par lequel l'EUIPO se rallie aux conclusions en annulation de la requérante, doit être déclaré recevable, dans la mesure où celui-ci et les arguments exposés à son appui ne sortent pas du cadre des conclusions et des arguments avancés par la requérante.

Sur le fond

22 La requérante invoque un moyen unique tiré de la violation de l'article 58, paragraphes 1 et 2, du règlement 2017/1001. En substance, elle fait grief à la chambre de recours d'avoir considéré que l'importance de l'usage de la marque contestée ne pouvait être démontrée, eu égard au faible caractère probant des éléments de preuve présentés, et de lui avoir reproché de s'être abstenue de fournir des explications supplémentaires ainsi que d'effectuer un travail de référencement croisé suffisamment élaboré de l'ensemble des éléments présentés à l'appui de son argumentation.

23 L'EUIPO soutient également que la chambre de recours a imposé une charge de la preuve déraisonnable à la requérante.

24 Cependant, l'EUIPO excipe de l'irrecevabilité des éléments et des arguments avancés par la requérante aux points 41 et 42 de la requête, qui seraient présentés pour la première fois devant le Tribunal.

25 En l'espèce, en vue d'apporter la preuve de l'usage sérieux de la marque contestée, la requérante a fourni les éléments de preuve suivants :

– une copie d'écran d'une page du site Internet « company.lav.com.tr », datée d'avril 2023 (annexe 1) ;

– une sélection de photographies non datées montrant des emballages des produits mentionnés au point 5 ci-dessus disponibles à la vente (annexe 2) ;

– une copie d'écran d'une page du site Internet « company.lav.com.tr », datée d'avril 2023, renvoyant à diverses publications de plusieurs médias (annexe 3) ;

– une sélection de factures, de listes de colisage et d'autres documents commerciaux, datés de 2017 à 2022 (annexes 4 à 9) ;

– deux catalogues de produits comportant l'élément « lav », datés de 2014 et de 2023 (annexes 10 et 11) ;

– un extrait du bulletin turc du registre du commerce du 10 avril 2014 concernant la fusion de l'entité légale de la requérante dans la présente affaire et de Gürallar YAPI Malzemeleri V^{e} Kimya Sanayii Anonim Sirketi (annexe 12).

26 La requérante soutient, premièrement, que les points 70 et 71 de la décision attaquée sont entachés d'une contradiction de motifs en ce que, d'une part, la chambre de recours a fait état de l'activité de la requérante et de son prédécesseur en droit titulaire de la marque contestée dans

l'industrie de la verrerie et l'exportation de certains produits en cause vers 140 pays, dont l'Espagne et la France, ainsi que de l'existence d'un bureau de commercialisation et de vente en Italie et, d'autre part, celle-ci a conclu, au point 72 de la même décision, que la seule référence claire concernant le territoire pertinent se rapportait à la Turquie. En outre, la requérante fait valoir que les catalogues en cause, tels que présentés aux annexes 10 et 11, comportent des mentions en espagnol et en français et soutient que l'utilisation exclusive de l'anglais et du turc pour les catalogues se justifie par l'existence d'une unique version destinée à la distribution internationale.

27 Deuxièmement, la requérante fait valoir, en substance, que les documents fournis aux annexes 4 à 9 sont constitués d'une série de documents douaniers comportant l'indication de l'usage de la marque contestée par l'élément « lav », figurant sur lesdits documents adressés à des sociétés établies dans l'ensemble de l'Union européenne. Elle avance, par ailleurs, que l'ensemble des factures contiennent une référence commune aux produits couverts par la marque contestée, identifiés par la même structure textuelle composée des lettres majuscules « LV » suivies d'un trait d'union avant la mention de la référence spécifique du produit concerné.

28 Troisièmement, la requérante fait état d'un nombre total de 2 919 lignes comportant la référence LV dans les factures relatives à la vente de produits couverts par la marque contestée, ventilées sur l'ensemble de la période pertinente et dont le montant total s'élève à plus de 6,485 millions d'euros.

29 Quatrièmement, la requérante fait grief à la chambre de recours d'avoir commis, en substance, une erreur d'appréciation en considérant, au point 76 de la décision attaquée, que les factures produites ne prouvaient pas que des produits prétendument revêtus de la marque contestée avaient jamais été proposés dans un point de vente de l'Union, encore moins achetés par un consommateur final et que, de surcroît, il était difficile de savoir quand les produits prétendument expédiés « vers l'Europe » avaient effectivement été vendus dans un quelconque point de vente au détail. En outre, selon la requérante, la chambre de recours aurait commis une erreur de droit en considérant, pour la première fois lors de la phase précontentieuse, qu'elle était tenue d'apporter la preuve de la vente des produits en cause directement à des consommateurs finaux.

30 Cinquièmement, la requérante conteste les appréciations de la chambre de recours découlant des points 82 à 84 de la décision attaquée, selon lesquelles, en substance, certes, les codes de produits et les descriptions figurant sur une facture pouvaient renvoyer à des produits figurant dans un catalogue et commercialisés sous la marque dont l'usage sérieux devait être prouvé, mais cette situation était hypothétique en tant que telle et n'équivalait évidemment pas à la preuve solide et objective de l'usage effectif et suffisant qui était requise afin de prouver l'usage sérieux.

31 Selon la requérante, il n'était pas raisonnable de lui imposer d'établir un lien entre chacune des 2 919 lignes identifiées dans les factures et mentionnant les produits couverts par la marque contestée avec les références et les photos figurant dans les catalogues. La requérante fait valoir, par ailleurs, qu'il existe des descriptions de produits qui sont liées aux références citées dans les listes de colisage figurant dans les annexes 4 à 9. Une telle obligation constituerait une contrainte extrêmement lourde et peu pratique. En outre, la requérante soutient, en substance, que la chambre de recours n'avait aucune raison de s'abstenir de procéder à la vérification des référencements croisés opérés par la division d'annulation ni de le faire elle-même au cours de son analyse.

32 Sixièmement, s'agissant de l'importance de l'usage de la marque contestée, la requérante considère que les éléments de preuve produits aux annexes 4 à 9 contenaient un grand nombre de factures qui était en lui-même suffisant pour démontrer la quantité conséquente de produits vendus et, partant, l'importance de l'usage de ladite marque.

33 Plus particulièrement, la requérante soutient que les montants cumulés des ventes réalisées découlent des factures adressées à des destinataires établis sur le territoire pertinent, ce qui est également corroboré par les listes de colisage et les documents douaniers fournis à leur appui. En outre, selon la requérante, les montants facturés en euros se rapportaient aux produits portant l'élément « lav ».

34 L'EUIPO fait valoir, en premier lieu, que la chambre de recours n'a pas commis d'erreur d'appréciation, contrairement à ce que soutient la requérante, quant aux destinataires des factures et que, en substance, la chambre de recours n'a pas suggéré que l'usage devait s'adresser aux consommateurs finaux pour être reconnu comme un usage extérieur.

35 En deuxième lieu, s'agissant de la charge et du niveau de preuve, l'EUIPO relève que la chambre de recours a reconnu, premièrement, aux points 35 et 36 de la décision attaquée, que les documents figurant aux annexes 4 à 9 étaient en grande partie explicites et contenaient des codes de produits ainsi que des références à la marque contestée, deuxièmement, aux points 49 et 50 de la décision attaquée, que les factures et les documents commerciaux montraient que les produits étaient vendus par la titulaire de ladite marque ou, avec son consentement, à diverses entités dans plusieurs États membres de l'Union, de sorte que les éléments de preuve fournissaient suffisamment d'indications concernant l'étendue territoriale de l'usage allégué, troisièmement, au point 53 de la décision attaquée, que la marque contestée apparaissait dans l'indication du produit figurant sur les factures et les documents commerciaux, dans les catalogues et sur les copies d'écran de pages du site web de la requérante et que l'usage de cette marque était public, externe et manifeste pour les clients effectifs ou potentiels des produits et, quatrièmement, au point 64 de la décision attaquée, que les catalogues fournis montraient l'usage de la marque contestée pour une variété de produits désignés par celle-ci.

36 En troisième lieu, l'EUIPO a constaté que la chambre de recours avait établi, à l'inverse, aux points 83, 84 et 87 de la décision attaquée, que la requérante n'avait pas prouvé l'importance de l'usage de la marque contestée dès lors qu'elle n'avait pas fourni d'explications ou d'éléments de preuve permettant d'établir un lien clair entre les produits exacts indiqués dans les différentes factures et la documentation restante, y compris les divers codes de produits. En outre, l'EUIPO observe que la chambre de recours a estimé que les références croisées auraient pu conférer aux factures la valeur probante requise qui faisait défaut dans les observations de la requérante et que la division d'annulation avait statué sur la base de simples probabilités ou présomptions.

37 À cet égard, l'EUIPO avance, à l'instar de la requérante dans le cadre de la requête, que le Tribunal a déjà confirmé qu'une comparaison diligente des codes de produits sur les reproductions de produits sur des photos et dans les catalogues, d'une part, et sur les factures, d'autre part, n'équivalait pas à une simple estimation de probabilité ou à une simple supposition, mais impliquait un processus rationnel et logique dans le cadre de l'appréciation de l'usage sérieux [voir, en ce sens, arrêt du 17 juillet 2024, W. B. Studio/EUIPO – E.Land Italy (BF BELFE), T-54/23, non publié, EU:T:2024:481, points 60 et 61]. De plus, l'EUIPO observe que la chambre de recours a reconnu, aux points 79, 80, 82 et 83 de la décision attaquée, le travail de la division d'annulation et a confirmé les descriptions des produits figurant dans les documents incluant des références à la marque contestée. Lesdites références comprendraient également une brève

description des produits qui permettraient d'identifier dans les factures sept exemples de codes de produits pouvant être associés aux catalogues, conformément aux explications fournies par la requérante devant la division d'annulation et la chambre de recours. En effet, la requérante aurait expliqué, dans ses observations relatives à la preuve de l'usage du 14 avril 2023 et dans ses observations en réponse au recours du 22 mai 2024, que les numéros de références figurant aux pages 122 à 127 du catalogue produit à l'annexe 10 pouvaient faire l'objet de références croisées avec les factures. Elle aurait également fourni une liste de produits référencés et figurant sur les images.

38 Dans ces conditions, en quatrième lieu, l'EUIPO estime que la requérante n'avait aucune raison de fournir des explications supplémentaires pour relier chacun des articles mentionnés dans les factures et les catalogues de produits, de sorte que la chambre de recours aurait imposé, dans les circonstances spécifiques de cette affaire, une charge de la preuve déraisonnable au sens du règlement 2017/1001 et du point 31 de l'arrêt du 19 octobre 2022, Louis Vuitton Malletier/EUIPO – Wisniewski (Représentation d'un motif à damier II) (T-275/21, non publié, EU:T:2022:654).

39 Par voie de conséquence, l'EUIPO s'est abstenu de présenter des observations en réponse aux autres arguments de la requérante et conclut à l'annulation de la décision attaquée.

40 Aux termes de l'article 18, paragraphe 1, premier alinéa, du règlement 2017/1001 et de l'article 58, paragraphe 1, sous a), du même règlement, le titulaire d'une marque de l'Union européenne est déclaré déchu de ses droits, sur demande présentée auprès de l'EUIPO, si, pendant une période ininterrompue de cinq ans, la marque n'a pas fait l'objet d'un usage sérieux dans l'Union pour les produits ou les services pour lesquels elle est enregistrée et qu'il n'existe pas de justes motifs pour son non-usage.

41 En ce qui concerne les critères d'appréciation de l'usage sérieux, l'article 10, paragraphe 3, du règlement délégué (UE) 2018/625 de la Commission, du 5 mars 2018, complétant le règlement 2017/1001, et abrogeant le règlement délégué (UE) 2017/1430 (JO 2018, L 104, p. 1), est applicable mutatis mutandis aux procédures de déchéance, en vertu de l'article 19, paragraphe 1, de ce même règlement. L'article 10, paragraphe 3, dudit règlement délégué prévoit que la preuve de l'usage doit porter sur le lieu, la durée, l'importance et la nature de l'usage qui a été fait de la marque contestée.

42 En outre, en vertu de l'article 10, paragraphe 4, du règlement délégué 2018/625, la preuve de l'usage sérieux se limite à la production de pièces justificatives, telles que des emballages, des étiquettes, des barèmes de prix, des catalogues, des factures, des photographies et des annonces dans les journaux, ainsi qu'aux déclarations écrites visées à l'article 97, paragraphe 1, sous f), du règlement 2017/1001.

43 Dans le cadre d'une procédure de déchéance d'une marque, c'est au titulaire de cette dernière qu'il incombe, en principe, d'établir l'usage sérieux de ladite marque (voir arrêt du 23 janvier 2019, Klement/EUIPO, C-698/17 P, non publié, EU:C:2019:48, point 57 et jurisprudence citée).

44 L'usage sérieux d'une marque ne peut pas être démontré par des probabilités ou des présomptions, mais doit reposer sur des éléments concrets et objectifs qui prouvent une utilisation effective et suffisante de la marque sur le marché concerné. Dès lors, il convient de procéder à une appréciation globale qui tient compte de tous les facteurs pertinents du cas

d'espèce et qui implique une certaine interdépendance des facteurs pris en compte [voir arrêt du 8 juillet 2020, Euroapotheca/EUIPO – General Nutrition Investment (GNC LIVE WELL), T-686/19, non publié, EU:T:2020:320, point 35 et jurisprudence citée].

45 Il n'est pas requis que chaque élément de preuve contienne des informations sur chacun des quatre éléments sur lesquels doit porter la preuve de l'usage sérieux, à savoir le lieu, la durée, la nature et l'importance de l'usage. Un faisceau d'éléments de preuve peut permettre d'établir les faits à démontrer, alors même que chacun de ces éléments, pris isolément, serait impuissant à rapporter la preuve de l'exactitude de ces faits [voir arrêt du 5 mars 2019, Meblo Trade/EUIPO – Meblo Int (MEBLO), T-263/18, non publié, EU:T:2019:134, point 84 et jurisprudence citée]. En outre, la question de savoir si une marque a fait l'objet d'un usage sérieux doit être appréciée globalement, en prenant en compte l'ensemble des éléments disponibles. Il ne s'agit donc pas d'analyser chacune des preuves de façon isolée, mais de les analyser conjointement, afin d'en identifier le sens le plus probable et cohérent [voir arrêt du 21 novembre 2013, Recaro/OHMI – Certino Mode (RECARO), T-524/12, non publié, EU:T:2013:604, point 31 et jurisprudence citée].

46 À titre liminaire, ainsi que cela a été confirmé lors de l'audience, dans la mesure où la durée, le lieu et la nature de l'usage de la marque contestée ne sont pas remis en cause dans le cadre de la présente procédure, il y a lieu d'examiner les éléments fournis et les arguments avancés par les parties en ce que ceux-ci portent sur l'importance de l'usage sérieux et la charge de la preuve de cet usage incombant à la titulaire de ladite marque.

47 Dans ces conditions, il y a lieu de rappeler, premièrement, qu'il est constant entre les parties et qu'il ressort des points 6 et 40 de la décision attaquée que la période pertinente relative à la durée de l'usage de la marque contestée s'étend du 8 décembre 2017 au 7 décembre 2022.

48 Deuxièmement, il ressort des points 49 et 50 de la décision attaquée que les éléments de preuve fournis par la requérante, qui est une entité établie en dehors de l'Union, à savoir la Turquie, démontraient que ses produits étaient vendus par elle ou, avec son consentement, par d'autres distributeurs à diverses entités dans plusieurs États membres de l'Union dont, notamment, l'Allemagne, l'Autriche, la Belgique, la Bulgarie, la Croatie, le Danemark, l'Espagne, l'Irlande, l'Italie, la Grèce, la Hongrie, la Lituanie, Malte, les Pays-Bas, la Pologne, la République tchèque, la Roumanie, la Slovaquie et la Suède, et que les devises mentionnées sur les différentes factures et les différents documents commerciaux étaient principalement en euros.

49 Troisièmement, s'agissant de la nature de l'usage de la marque contestée, il ressort des points 51 à 64 de la décision attaquée que les éléments de preuve contenaient suffisamment d'exemples de l'usage de ladite marque pour qu'il soit conclu que cette dernière était utilisée pour des produits, en tant qu'indication de leur origine commerciale.

50 Quatrièmement, la chambre de recours a considéré, aux points 51 à 53 de la décision attaquée, que la marque contestée avait fait l'objet d'un usage en tant que marque dans la vie des affaires, notamment dès lors que ladite marque avait été utilisée de manière publique, externe et manifeste pour des clients réels ou potentiels des produits en cause sur le territoire de l'Union. Plus particulièrement, la chambre de recours a conclu qu'un lien manifeste entre, d'une part, ledit usage comme indication de l'origine commerciale et comme moyen de publicité et, d'autre part, les produits pertinents relevant de la classe 21 faisant l'objet du recours avait été suffisamment établi.

51 En outre, cinquièmement, aux points 54 à 62 de la décision attaquée, la chambre de recours a considéré que les éléments de preuve présentés par la requérante démontraient, en substance, l'usage du signe tel qu'il avait été enregistré.

52 Toutefois, s'agissant de l'importance de l'usage de la marque contestée, la chambre de recours a considéré, contrairement à la division d'annulation, qu'elle ne pouvait conclure, sur la base des éléments de preuve dans leur ensemble, que l'usage sérieux de ladite marque avait été prouvé dans une mesure suffisante pour les produits pertinents faisant l'objet du recours et que, de surcroît, ledit usage ne pouvait, en ce sens, être démontré par de simples probabilités ou des présomptions.

53 À cet égard, premièrement, s'agissant des catalogues présentés aux annexes 10 et 11, la chambre de recours a considéré, aux points 71 à 73 de la décision attaquée, que ceux-ci étaient fournis en anglais et en turc, qu'ils se rapportaient aux années 2014 et 2023 et qu'ils montraient clairement la marque contestée sous la forme d'une marque verbale ou d'un signe figuratif en rapport avec divers produits en verre, mais qu'aucune conclusion ne pouvait être tirée quant à l'importance d'un tel usage dès lors qu'il aurait été difficile d'établir les lieux où les catalogues avaient été imprimés ou publiés ou de démontrer les lieux et la nature de leur distribution. En outre, la chambre de recours a conclu que les catalogues ne prouvaient pas que les produits en cause auraient été effectivement proposés sous la marque contestée au cours de la période pertinente et sur le territoire pertinent. À cet égard, la chambre de recours a également reproché à la requérante de s'être abstenue de soumettre des informations supplémentaires.

54 Deuxièmement, la chambre de recours a considéré que, certes, les éléments de preuve produits par la requérante s'appuyaient fortement sur les factures et les documents commerciaux produits aux annexes 4 à 9, qui montraient les ventes réelles des produits en cause. Toutefois, elle a considéré que ces documents étaient dépourvus de la valeur probante requise, dans la mesure où, en substance, il avait été impossible de déterminer les produits spécifiques couverts par les différents codes de produits ainsi que leur volume commercial, la fréquence et la durée des ventes, et dans la mesure où lesdites factures ne prouvaient pas que des produits prétendument revêtus de la marque contestée avaient jamais été proposés dans un point de vente dans l'Union et encore moins achetés par un consommateur final. En outre, la chambre de recours a reproché à la requérante de ne pas avoir produit de factures de ventes à des distributeurs locaux ou à des consommateurs finaux, des photos des produits de bonne qualité dans les magasins du détaillant sur le territoire de l'Union, ou encore des catalogues ou tout autre matériel publicitaire prouvant l'usage auprès du consommateur de l'Union.

55 En ce sens, troisièmement, la chambre de recours a, en substance, au point 83 de la décision attaquée, reproché à la requérante de s'être abstenue de livrer plus de détails sur le contenu des factures et sur les produits qui y sont spécifiquement visés, en faisant fi du travail de référencement effectué par la division d'annulation. De ce fait, la chambre de recours a considéré que la requérante n'était pas en mesure d'expliquer l'existence d'un lien clair, exprimé et démontré, permettant de savoir à quels produits des catalogues les codes faisaient référence, et qu'il était impossible de déduire desdits codes les produits spécifiques dont il s'agissait et quelle était l'importance de leur usage. Selon la chambre de recours, l'absence de telles explications altérait et affaiblissait la valeur probante des factures. Elle a également considéré, au point 84 de la décision attaquée, que l'ensemble des éléments de preuve produits était insuffisant pour constituer un ensemble de preuves solides et objectives de l'usage effectif. En outre, selon la chambre de recours, ledit ensemble ne répondait pas aux exigences requises pour prouver l'usage

sérieux de la marque contestée. Par conséquent, la chambre de recours a estimé avoir été, en substance, contrainte de limiter son examen, en ce que celui-ci ne pouvait être fondé sur des présomptions ou des probabilités du fait de l'absence d'éléments de preuve probants.

56 Enfin, quatrièmement, au point 85 de la décision attaquée, la chambre de recours a reproché à la requérante d'avoir fourni des documents de qualité extrêmement médiocre, qui allait jusqu'à nuire à leur lecture et à leur compréhension, et, au point 86 de ladite décision, d'avoir produit des factures qui contenaient des codes de produits ne comportant pas la mention « lv- » faisant référence à la marque contestée. Par conséquent, la chambre de recours a considéré que les montants totaux facturés ne correspondaient pas à la vente exclusive des produits couverts par ladite marque.

57 Selon la jurisprudence, et ainsi qu'il ressort des points 43 à 45 ci-dessus, bien que la valeur probante d'un élément de preuve soit limitée, dans la mesure où, pris isolément, il ne démontre pas avec certitude si, et comment, les produits concernés ont été placés sur le marché, et bien que cet élément ne soit, dès lors, pas décisif à lui seul, il peut néanmoins être pris en compte dans l'appréciation globale du caractère sérieux de l'usage. Il en va ainsi, par exemple, lorsque cet élément corrobore les autres facteurs pertinents du cas d'espèce [voir, en ce sens, arrêt du 6 mars 2014, Anapurna/OHMI – Annapurna (ANNAPURNA), T-71/13, non publié, EU:T:2014:105, point 45 et jurisprudence citée].

58 En l'espèce, en premier lieu, il convient d'observer que la chambre de recours a pu aisément examiner l'ensemble des éléments de preuve produits par la requérante et a déterminé, sur cette base et de manière motivée, la durée, le lieu et l'usage de la marque contestée. Plus particulièrement, aux points 35 et 36 de la décision attaquée, la chambre de recours a affirmé que les documents figurant aux annexes 4 à 9 étaient en grande partie explicites et contenaient des codes de produits ainsi que les mentions de la marque contestée. En outre, la chambre de recours a également considéré que les informations clés figurant dans les documents fournis étaient claires et compréhensibles, ce qui les rendait largement explicites et suffisantes aux fins de la présente procédure.

59 Partant, la chambre de recours s'est contredite dans ses motifs en faisant grief à la requérante, aux points 84 à 86 de la décision attaquée, d'avoir produit des éléments de preuve de qualité médiocre, qui ne constituaient pas des preuves solides et objectives de l'usage de la marque contestée.

60 En deuxième lieu, la chambre de recours a également entaché la décision attaquée d'une contradiction de motifs en concluant, aux points 72 et 73 de ladite décision, que les catalogues produits aux annexes 10 et 11 ne prouvaient pas que les produits concernés avaient été effectivement proposés à la vente sur le territoire pertinent, là où elle avait préalablement constaté, aux points 70 et 71 de la même décision, sur la base desdits catalogues, que la requérante était active dans l'industrie de la verrerie et exportait ses produits vers 140 pays, dont des États membres de l'Union, tout en constatant, par ailleurs, l'existence d'un bureau de commercialisation et de vente d'une partie desdits produits en Italie.

61 En troisième lieu, contrairement à ce que soutient l'EUIPO, il ressort du point 76 de la décision attaquée que la chambre de recours entendait imposer, en tant que preuve de l'usage de la marque contestée, tout élément permettant de prouver la vente des produits en cause à des consommateurs finaux sur le territoire de l'Union. Or, considérer que l'usage extérieur d'une marque, au sens de la jurisprudence, consiste nécessairement en un usage orienté vers les consommateurs finaux reviendrait à exclure les marques utilisées dans les seuls rapports entre les

sociétés de la protection du règlement 2017/1001. En effet, le public pertinent auquel les marques ont vocation à s'adresser ne comprend pas uniquement les consommateurs finaux, mais également des spécialistes, des clients industriels et d'autres utilisateurs professionnels [voir arrêt du 1er mars 2023, Worldwide Brands/EUIPO – Wan (CAMEL), T-552/21, non publié, EU:T:2023:98, point 88 et jurisprudence citée].

62 Partant, la chambre de recours a commis une erreur de droit en imposant à la requérante, en substance, d'apporter la preuve de la vente des produits concernés à des consommateurs finaux comme preuve de l'usage sérieux de la marque contestée. Il s'ensuit, en outre, que la preuve de la vente des produits en cause à des consommateurs finaux n'est pas pertinente en l'espèce, de sorte qu'il y a lieu de rejeter les éléments et les arguments avancés par la requérante aux points 41 et 42 de la requête, sans qu'il soit besoin de statuer sur leur recevabilité.

63 En quatrième lieu, il convient de rappeler que, au point 88 de la décision attaquée, la chambre de recours a conclu que le dossier ne contenait pas d'éléments de preuve suffisants, même considérés ensemble, permettant de déduire l'importance de l'usage de la marque contestée pour les produits concernés.

64 À cet égard, premièrement, certes, les annexes 10 et 11 ne permettent pas de démontrer de manière explicite et sans équivoque l'usage de la marque contestée sur le territoire pertinent et pendant la période pertinente. Toutefois, selon la jurisprudence, il convient de considérer que la durée de vie commerciale d'un produit s'étendant généralement sur une période donnée et la continuité de l'usage faisant partie des indications à prendre en compte pour établir que l'usage était objectivement destiné à créer ou à conserver une part de marché, les pièces ne relevant pas de la période pertinente, loin d'être dépourvues d'intérêt, doivent être prises en compte et évaluées conjointement avec les autres éléments, car elles peuvent apporter la preuve d'une exploitation commerciale réelle et sérieuse de la marque [voir arrêt du 16 juin 2015, Polytetra/OHMI – EI du Pont de Nemours (POLYTETRAFLON), T-660/11, EU:T:2015:387, point 54 et jurisprudence citée].

65 En l'espèce, ainsi que l'a relevé à juste titre la chambre de recours au point 53 de la décision attaquée, les annexes 10 et 11 démontraient l'usage manifeste et extérieur de la marque contestée dans la vie des affaires, entre 2014 et 2023, soit sur une période supérieure et plus étendue que la période pertinente, ce qui constituait un indice pertinent dans l'appréciation de l'importance de l'usage dans les circonstances de l'espèce. Il s'ensuit que la chambre de recours a commis une erreur d'appréciation en s'abstenant, dans le cadre de l'appréciation de l'importance de l'usage, d'examiner de manière raisonnable et globale les annexes 10 et 11, conjointement avec l'ensemble des références et des éléments pertinents qui ressortaient des annexes 4 à 9.

66 Deuxièmement, aux points 49 et 50 de la décision attaquée, la chambre de recours a considéré que l'ensemble des factures et des documents commerciaux montraient que les produits concernés avaient été vendus par la requérante ou, avec son consentement, à diverses entités dans plusieurs États membres de l'Union et que ces éléments fournissaient suffisamment d'indications concernant l'étendue territoriale de l'usage allégué. En outre, au point 53 de ladite décision, la chambre de recours a affirmé que la marque contestée apparaissait dans l'indication des produits figurant sur les factures et les documents commerciaux, dans les catalogues et sur les copies d'écran de pages du site Internet de la requérante, et que l'usage de la marque contestée était public, externe et manifeste pour le public de l'Union. Enfin, au point 64 de la décision attaquée, la chambre de recours a conclu que les catalogues montraient l'usage de la marque contestée pour une variété de produits désignés par cette dernière.

67 Il ressort du dossier de l'EUIPO que la requérante a fourni 902 pages de factures se rapportant à la vente d'une multitude de produits couverts par la marque contestée, dont la plupart des références ventilées se rapportaient explicitement à la marque contestée par l'usage de l'élément « lv » avant le code du produit concerné, qui peut être déterminé par une confrontation aux catalogues fournis aux annexes 10 et 11.

68 En effet, dans les circonstances de l'espèce, il serait déraisonnable de considérer que les produits commercialisés par une entreprise ne pourraient être reconnus de manière explicite par leur code de produit dans les catalogues de leur producteur, dès lors qu'il était prétendument impossible de déterminer le lieu d'impression desdits catalogues et leur distribution effective sur le territoire pertinent pendant la période pertinente. En outre, ainsi qu'il ressort de la jurisprudence citée au point 64 ci-dessus, le fait que les produits soient proposés à la vente sur une période plus étendue que celle délimitant la période pertinente est précisément de nature à renforcer les arguments en faveur de l'importance de l'usage de la marque contestée.

69 Troisièmement, ainsi qu'il ressort de la jurisprudence citée au point 37 ci-dessus et d'une jurisprudence constante, la comparaison diligente des codes de produits sur les reproductions de produits sur des photos et dans des catalogues, d'une part, et sur les factures, d'autre part, n'équivaut pas à une simple estimation d'une probabilité ou à une simple supposition, mais implique un processus rationnel et logique dans le cadre de l'appréciation de l'usage sérieux [voir, en ce sens, arrêts du 27 avril 2022, LG Electronics/EUIPO – Anferlux-Electrodomésticos (SmartThinQ), T-181/21, non publié, EU:T:2022:247, point 91 ; du 6 septembre 2023, Weider Germany/EUIPO – Den i Nosht (YIPPIE !), T-45/22, non publié, EU:T:2023:513, point 42, et du 17 juillet 2024, W. B. Studio/EUIPO – E.Land Italy (BELFE), T-50/23, non publié, EU:T:2024:480, points 60 et 61]. À cet égard, c'est à bon droit que la requérante a fait observer, lors de l'audience, que la chambre de recours et, a fortiori, la division d'annulation ne commettaient pas d'excès de pouvoir en établissant, de leur propre chef ou par l'appréciation globale des éléments de preuve qui leur étaient présentés, le lien entre les reproductions des produits sur les photos et dans les catalogues, d'une part, et les factures des mêmes produits, d'autre part, en s'appuyant sur leur indication respective des codes d'articles, qui s'avéraient identiques (voir, en ce sens, arrêt du 17 juillet 2024, BF BELFE, T-54/23, non publié, EU:T:2024:481, point 61).

70 Partant, la chambre de recours a commis une erreur d'appréciation en considérant, au point 87 de la décision attaquée, que la division d'annulation avait fondé son examen relatif à l'importance de l'usage de la marque contestée sur des conclusions tirées d'éléments de preuve produits sans avoir pleinement connaissance de leur contenu et qu'elle avait ainsi statué sur la base de probabilités ou de présomptions.

71 En particulier, il ressort, d'une part, des points 81 et 82 de la décision attaquée et, d'autre part, des pages 11 à 13 des observations de la requérante relatives à la preuve de l'usage, du 14 avril 2023, et des pages 12 et 13 de ses observations en réponse au recours du 22 mai 2024 qu'elle avait indiqué et expliqué à la division d'annulation et à la chambre de recours que les numéros de références des produits figurant aux pages 122 et 127 du catalogue figurant à l'annexe 10 pouvaient faire l'objet de références croisées avec les factures et avait fourni une liste de produits référencés et figurant sur les images. Par ailleurs, il y a également lieu d'observer que la chambre de recours ne motive pas non plus, de manière claire et suffisante, les raisons pour lesquelles elle s'est départie des appréciations de la division d'annulation et a réfuté le bien-fondé des référencements croisés établis par cette dernière et lui ayant permis de caractériser, sur la base d'éléments qu'elle avait estimés concrets et substantiels, l'importance de l'usage de la marque contestée. Partant, la chambre de recours a également entaché sa décision d'un défaut de motivation.

72 Dès lors, quatrièmement, il ressort des points 81 à 83 de la décision attaquée que les explications fournies par la requérante devant la division d'annulation, puis devant la chambre de recours, étaient susceptibles de mettre en exergue la vente de plusieurs des produits mentionnés au point 5 ci-dessus, pendant la période pertinente et dans des volumes et pour des montants suffisamment élevés pour conclure à l'usage continuel, effectif et conséquent de la marque contestée pour les produits concernés, en vertu de la jurisprudence selon laquelle une marque fait l'objet d'un usage sérieux, au sens de l'article 58, paragraphe 1, sous a), du règlement 2017/1001, lorsqu'elle est utilisée conformément à sa fonction essentielle, qui est de garantir l'identité d'origine des produits ou des services pour lesquels elle a été enregistrée, afin de créer ou de conserver un débouché pour ces produits et ces services, à l'exclusion d'usages à caractère symbolique ayant pour seul objet le maintien des droits conférés par la marque (arrêt du 3 juillet 2019, Viridis Pharmaceutical/EUIPO, C-668/17 P, EU:C:2019:557, point 38 ; voir également, par analogie, arrêt du 11 mars 2003, Ansul, C-40/01, EU:C:2003:145, point 43).

73 En tout état de cause, il ressort de manière claire des annexes 4 à 9, ainsi que le fait valoir la requérante, que des produits de la marque contestée ont été vendus sur le territoire pertinent entre 2017 et 2022. En effet, il est possible, conformément aux arguments de la requérante, de constater que les factures contiennent 2 919 lignes comportant la référence LV, se rapportant ainsi, comme il ressort du point 67 ci-dessus, à la vente de produits commercialisés par la requérante, dont le montant total s'élève à plus de 6,485 millions d'euros, ventilés sur la période pertinente.

74 Par ailleurs, en reprochant à la requérante, aux points 72 et 83 de la décision attaquée, de s'être délibérément abstenue de soumettre des informations supplémentaires ou d'avoir sciemment décidé de ne pas donner plus de détails quant aux références précises figurant dans les factures, la chambre de recours a entendu, à la lecture des points 73 à 85 de ladite décision, imposer à la requérante d'effectuer le travail de référencement croisé de l'ensemble des 2 919 lignes des factures avec chacun des produits correspondants et qui figuraient dans les catalogues. En outre, ainsi qu'il a été confirmé lors de l'audience, la chambre de recours n'a sollicité aucune information ou explication supplémentaire, de sorte qu'elle ne saurait reprocher à la requérante une quelconque abstention intentionnelle de fournir, comme cela lui incombait selon elle, des éléments de preuve ou de fait. Or, la chambre de recours était raisonnablement en mesure d'apprécier l'importance de l'usage sérieux de la marque contestée sur le fondement de tous les éléments de preuve, pris dans leur ensemble, qui lui avaient été présentés ou sur le fondement des différents indices dégagés dans les étapes successives de son examen ou encore grâce aux indications que la requérante avait fournies dans ses écritures successives et qui avaient été reprises par la division d'annulation.

75 Partant, dans ces circonstances, il y a lieu de considérer, d'une part, que la chambre de recours a commis une erreur d'appréciation quant à l'étendue de l'examen des éléments de preuve présentés par la requérante en vue de démontrer l'importance de l'usage de la marque contestée et, d'autre part, que celle-ci a entendu imposer à la requérante une exigence excessive s'agissant de la qualité de preuve et une charge de la preuve déraisonnable dans le cadre d'une procédure de déchéance pour défaut d'usage sérieux.

76 À cet égard, cinquièmement, certes, il incombe, en principe, au titulaire de la marque contestée, et non à l'EUIPO agissant d'office, d'établir l'usage sérieux de ladite marque (arrêt du 26 septembre 2013, Centrotherm Systemtechnik/OHMI et centrotherm Clean Solutions,

C-610/11 P, EU:C:2013:593, point 63). Néanmoins, ainsi qu'il est rappelé au point 42 ci-dessus, la preuve de l'usage sérieux se limite à la production de pièces justificatives, comme des barèmes de prix, des catalogues ou des factures, ce qui est le cas en l'espèce.

77 En outre, conformément à la jurisprudence citée au point 44 ci-dessus, la preuve de l'usage sérieux doit reposer sur des éléments concrets et objectifs qui prouvent une utilisation effective et suffisante de la marque sur le marché concerné. Toutefois, cette exigence de preuve certaine ne peut donner lieu à une charge de la preuve déraisonnable ou excessive ni être fondée sur des exigences de qualité de la preuve plus strictes que les conditions rappelées par la jurisprudence relative à l'article 18, paragraphe 1, et à l'article 58, paragraphe 1, sous a), du règlement 2017/1001.

78 À titre liminaire, il y a lieu de rejeter d'emblée les arguments de l'EUIPO, présentés dans son mémoire en réponse, reposant, en substance, sur les enseignements tirés de l'arrêt du 5 octobre 2022, Puma/EUIPO – CMS (CMS Italy) (T-711/20, non publié, EU:T:2022:604), relatif à une procédure portant sur une atteinte à la renommée, fondée sur l'article 8, paragraphe 5, du règlement 2017/1001, qui est autonome par rapport à la présente procédure et dont les exigences spécifiques ne peuvent pas être assimilées de manière équivalente.

79 En l'espèce, la chambre de recours a adopté une approche très stricte au point 83 de la décision attaquée, en exigeant de la requérante d'établir un lien clair entre les différents codes des factures et les produits visés, qui soit « expliqué, exprimé et démontré ». Or, la chambre de recours ne peut, sans commettre une erreur de droit, imposer, dans le cadre d'une procédure de déchéance fondée sur l'article 18, paragraphe 1, et l'article 58, paragraphe 1, sous a), du règlement 2017/1001, une exigence de qualité de la preuve qui excède le seuil admissible de la preuve d'un usage effectif et suffisant qui serait corroboré par des éléments ou un faisceau d'indices suffisants dégagés en conséquence de l'interdépendance des différents facteurs pertinents, au sens de la jurisprudence citée aux points 44 et 45 ci-dessus.

80 Sixièmement, il y a lieu de rappeler, à l'instar de l'EUIPO dans son mémoire en réponse (voir point 38 ci-dessus), que l'application des exigences légales relatives à la charge de la preuve qui incombe au titulaire d'une marque dans le cadre d'une procédure de déchéance pour démontrer l'usage sérieux de la marque contestée ne doit pas conduire à lui imposer une charge de la preuve déraisonnable.

81 En effet, l'imposition d'une charge de la preuve déraisonnable ou excessive est susceptible d'aboutir à une violation du droit à une bonne administration, qui fait partie des principes généraux du droit de l'Union et qui est également inscrit à l'article 41 de la charte des droits fondamentaux de l'Union européenne [voir, par analogie, arrêts du 19 octobre 2022, Représentation d'un motif à damier II, T-275/21, non publié, EU:T:2022:654, point 31 ; du 6 mars 2024, Lidl Stiftung/EUIPO – MHCS (Nuance de la couleur orange), T-652/22, non publié, EU:T:2024:152, point 87, et ordonnance du 1er juillet 2025, Santos/EUIPO (Forme de presse-agrumes), T-668/24, non publiée, EU:T:2025:668, point 31].

82 Au regard de tout ce qui précède, il convient de constater que, premièrement, et ainsi qu'il ressort des points 58 à 60 ci-dessus, la chambre de recours a entaché la décision attaquée de plusieurs contradictions de motifs, deuxièmement, ainsi qu'il ressort des points 67 à 75 ci-dessus, la chambre de recours a commis plusieurs erreurs d'appréciation et de droit quant à l'examen des éléments de preuve relatifs à l'importance de l'usage de la marque contestée et, troisièmement, elle a, de ce fait, imposé à la requérante une exigence de qualité de la preuve excessive et, dès lors, une

charge de la preuve déraisonnable, en violation de l'article 18, paragraphe 1, et de l'article 58, paragraphe 1, sous a), du règlement 2017/1001, de sorte qu'il y a lieu d'accueillir le moyen unique de la requérante et d'annuler la décision attaquée.

Sur les dépens

83 Aux termes de l'article 134, paragraphe 1, du règlement de procédure, toute partie qui succombe est condamnée aux dépens, s'il est conclu en ce sens.

84 Dans la mesure où la décision attaquée est annulée, il y a lieu de condamner l'EUIPO à supporter ses propres dépens ainsi que ceux exposés par la requérante, conformément aux conclusions de cette dernière.

Par ces motifs,

LE TRIBUNAL (troisième chambre)

déclare et arrête :

1) **La décision de la quatrième chambre de recours de l'Office de l'Union européenne pour la propriété intellectuelle (EUIPO) du 22 août 2024 (affaire R 214/2024-4) est annulée.**

2) **L'EUIPO est condamné à supporter, outre ses propres dépens, ceux exposés par Gürok Turizm ve Madencilik AŞ.**

Škvařilová-Pelzl Nõmm Kukovec

Ainsi prononcé en audience publique à Luxembourg, le 19 novembre 2025.

Signatures