ARRÊT DU TRIBUNAL (quatrième chambre)
17 mars 2004 *

Dans les affaires jointes T-183/02 et T-184/02,

El Corte Inglés, SA, établie à Madrid (Espagne), représentée par M^e^ J. L. Rivas Zurdo, avocat,

partie requérante,

contre

Office de l'harmonisation dans le marché intérieur (marques, dessins et modèles) (OHMI), représenté par M. J. Crespo Carrillo, en qualité d'agent,

partie défenderesse,

l'intervenant devant le Tribunal étant, dans l'affaire T-184/02,

Iberia, Líneas Aéreas de España, SA, établie à Madrid, représentée par M^e^ A. García Torres, avocat,

* Langue de procédure: l'espagnol.

l'autre partie à la procédure devant la chambre de recours de l'OHMI étant, dans l'affaire T-183/02,

González Cabello, SA, établie à Puente Genil (Espagne),

ayant pour objet des recours formés contre deux décisions de la première chambre de recours de l'OHMI du 22 mars 2002 (affaires R 798/1999-1 et R 115/2000-1), relatives, respectivement, à une procédure d'opposition entre González Cabello, SA, et El Corte Inglés, SA, et à une procédure d'opposition entre Iberia, Líneas Aéreas de España, SA, et El Corte Inglés, SA,

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

composé de M^{me} V. Tiili, président, MM. P. Mengozzi et M. Vilaras, juges,

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

vu la procédure écrite et à la suite de l'audience du 5 novembre 2003,

rend le présent

Arrêt

Antécédents du litige

1 Le 17 juin 1997, El Corte Inglés, SA, a présenté, en vertu du règlement (CE) n° 40/94 du Conseil, du 20 décembre 1993, sur la marque communautaire (JO 1994, L 11, p. 1), tel que modifié, une demande d'enregistrement de la marque verbale MUNDICOR comme marque communautaire à l'Office de l'harmonisation dans le marché intérieur (marques, dessins et modèles) (OHMI).

2 L'enregistrement a été demandé pour presque tous les produits et services relevant des 42 classes de la septième édition de la classification des produits et des services aux fins de l'enregistrement des marques, faisant l'objet de l'arrangement de Nice du 15 juin 1957, tel que révisé et modifié.

3 Cette demande a été publiée au *Bulletin des marques communautaires* n° 27/98 du 14 avril 1998.

4 Le 14 juillet 1998, González Cabello, SA, et Iberia, Líneas Aéreas de España, SA (ci-après «Iberia» ou l'«intervenante»), ont formé chacune une opposition au titre de l'article 42 du règlement n° 40/94 à l'encontre de l'enregistrement de cette marque communautaire.

Opposition de González Cabello

5 L'opposition formée par González Cabello était fondée sur l'existence d'un risque de confusion, au sens de l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 40/94, avec la marque verbale espagnole MUNDICOLOR, déposée le 24 juin 1996 et enregistrée le 5 août 1997 sous le n° 2.036.336, qui désigne les produits suivants, relevant de la classe 2 de l'arrangement de Nice, précité: «couleurs, vernis, laques, peintures, préservatifs antioxydants et contre la détérioration du bois; matières tinctoriales; mordants; résines naturelles à l'état brut; métaux en feuilles et en poudre pour peintres, décorateurs, imprimeurs et artistes».

6 L'opposition de González Cabello était dirigée contre une partie des produits visés par la demande de marque communautaire, à savoir les produits suivants, compris dans la classe 2 de l'arrangement de Nice, précité: «couleurs, vernis, laques; préservatifs contre la rouille et contre la détérioration du bois; matières tinctoriales; mordants; résines naturelles à l'état brut, métaux en feuilles et en poudre pour peintres, décorateurs, imprimeurs et artistes».

7 Par décision du 17 septembre 1999, la division d'opposition de l'OHMI a fait droit à l'opposition de González Cabello dans sa totalité.

8 Le 19 novembre 1999, la requérante a formé un recours devant la chambre de recours à l'encontre de cette décision de la division d'opposition.

9 Par décision du 22 mars 2002, rendue dans l'affaire R 798/1999-1, la chambre de recours a rejeté ce recours en considérant qu'il existait un risque de confusion

pour le consommateur final en raison de la similitude existant entre le signe protégé par la marque antérieure et le signe demandé comme marque communautaire et de l'identité ou de la quasi-identité des produits en cause que la requérante n'avait pas contestée dans son recours.

Opposition d'Iberia

10 L'opposition formée par Iberia était fondée sur l'existence d'un risque de confusion au sens de l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 40/94, avec deux marques antérieures, à savoir:

— d'une part, la marque verbale espagnole MUNDICOLOR déposée le 1er août 1973, enregistrée sous les nos 722.281 et 722.282 le 4 février 1977 et renouvelée le 15 avril 1997, laquelle désigne des «services propres de transport de voyageurs, d'excursions et de promotions touristiques» compris dans la classe 39, et des «services propres d'hébergement en hôtel, de programmation de voyages et d'organisation de vacances» compris dans la classe 42 de l'arrangement de Nice, précité;

— d'autre part, la marque figurative internationale, comprenant les termes «mundi» et «color» et ayant validité notamment en France, en Italie, en Autriche et au Benelux, déposée le 12 janvier 1978, enregistrée sous le n° 434.732 et renouvelée le 12 janvier 1998, conformément à l'arrangement de Madrid concernant l'enregistrement international des marques, du 14 avril 1891, tel que révisé et modifié, laquelle désigne des «services de programmation de voyages et d'organisation de voyages» compris dans la classe 39 et des

«services fournis par les hôtels consistant en l'hébergement et les repas» compris dans la classe 42 de l'arrangement de Nice, précité. Le signe figuratif de cette dernière marque est reproduit ci-après:



11 Cette opposition était dirigée contre une partie des services visés par la demande de marque communautaire, à savoir les «services de transport; emballage et entreposage de marchandises; organisation de voyages», compris dans la classe 39, et les «services de restauration (alimentation); hébergement temporaire», compris dans la classe 42 de l'arrangement de Nice, précité.

12 Par décision du 15 novembre 1999, la division d'opposition de l'OHMI a fait droit à l'opposition d'Iberia, sauf en ce qui concerne les «services d'emballage et entreposage de marchandises» de la classe 39, visés par la demande de marque communautaire.

13 Le 17 janvier 2000, la requérante a formé un recours devant la chambre de recours à l'encontre de cette décision de la division d'opposition.

14 Par décision du 22 mars 2002, rendue dans l'affaire R 115/2000-1, la chambre de recours a rejeté ce recours en considérant notamment qu'il existait un risque de

confusion en raison de la similitude existant entre le signe protégé par la marque verbale antérieure et le signe demandé comme marque communautaire, compte tenu de l'identité ou de la quasi-identité des services en cause que la requérante n'avait pas contestée dans son recours.

Procédure et conclusions des parties

15 Par requêtes séparées, déposées au greffe du Tribunal le 11 juin 2002, la requérante a introduit les présents recours, enregistrés respectivement sous les numéros T-183/02 et T-184/02.

16 Dans l'affaire T-183/02, l'OHMI a déposé au greffe du Tribunal son mémoire en réponse le 15 octobre 2002. González Cabello n'a pas exercé son droit d'intervention conféré par l'article 134, paragraphe 1, du règlement de procédure du Tribunal.

17 Dans l'affaire T-184/02, Iberia et l'OHMI ont déposé au greffe du Tribunal leurs mémoires en réponse, respectivement, le 20 septembre et le 15 octobre 2002.

18 Par ordonnance du président de la quatrième chambre du Tribunal du 15 septembre 2003, les affaires T-183/02 et T-184/02 ont été jointes aux fins de la procédure orale et de l'arrêt, du fait de leur connexité, conformément à l'article 50 du règlement de procédure.

19 Dans l'affaire T-183/02, la requérante conclut à ce qu'il plaise au Tribunal:

— annuler la décision de la division d'opposition du 17 septembre 1999 ainsi que la décision de la chambre de recours du 22 mars 2002 rendue dans l'affaire R 798/1999-1;

— accorder l'enregistrement de la marque communautaire MUNDICOR pour tous les produits sollicités dans la classe 2;

— condamner l'OHMI aux dépens.

20 Dans l'affaire T-184/02, la requérante conclut à ce qu'il plaise au Tribunal:

— annuler la décision de la division d'opposition du 15 novembre 1999 ainsi que la décision de la chambre de recours du 22 mars 2002 rendue dans l'affaire R 115/2000-1;

— accorder l'enregistrement de la marque communautaire MUNDICOR pour les «services de transport et organisation de voyages» de la classe 39 et pour les «services de restauration (alimentation) et hébergement temporaire» de la classe 42;

— condamner l'OHMI et l'intervenante aux dépens.

21 Dans les deux affaires jointes, l'OHMI conclut à ce qu'il plaise au Tribunal:

— rejeter le recours;

— condamner la requérante aux dépens.

22 Dans l'affaire T-184/02, Iberia conclut à ce qu'il plaise au Tribunal:

— rejeter le recours;

— condamner la requérante aux dépens.

23 Lors de l'audience, qui s'est déroulée le 5 novembre 2003, la requérante a déclaré renoncer à ses chefs de conclusions visant l'annulation des décisions de la division d'opposition, ce dont le Tribunal a pris acte dans le procès-verbal d'audience.

En droit

24 À l'appui de ses recours, la requérante soulève, dans les deux affaires jointes, un moyen tiré, en substance, de la violation de l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 40/94 et, dans l'affaire T-184/02, également un moyen tiré, en substance, de la violation de l'article 15, paragraphe 2, sous a), et de l'article 43, paragraphe 2, de ce même règlement.

25 Il convient d'examiner en premier lieu ce deuxième moyen, dans la mesure où il vise à contester la possibilité même de tenir compte des marques antérieures sur lesquelles l'opposition d'Iberia est fondée et d'apprécier par rapport à ces marques l'existence d'un risque de confusion au sens de l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 40/94.

Sur le moyen tiré, dans l'affaire T-184/02, de la violation de l'article 15, paragraphe 2, sous a), et de l'article 43, paragraphe 2, du règlement n° 40/94

Arguments des parties

26 La requérante, dans le cadre de l'affaire T-184/02, estime que, conformément à l'article 43, paragraphe 2, du règlement n° 40/94, l'opposition aurait dû être rejetée, étant donné que les marques antérieures n'ont pas été utilisées telles qu'elles ont été enregistrées.

27 Elle invoque, à cet égard, les preuves documentaires fournies par Iberia elle-même auprès de la division d'opposition, dont il ressortirait, d'une part, que les marques de cette dernière ont été utilisées conjointement avec la dénomination de leur titulaire et des termes comme «mundos soñados» (mondes rêvés) ou «hotel color» et, d'autre part, qu'elles s'accompagnaient de graphismes particuliers. Au vu de ces circonstances, elle considère que l'usage fait des marques antérieures a altéré le caractère distinctif de celles-ci dans la forme sous laquelle elles ont été enregistrées. En conséquence, l'article 15, paragraphe 2, sous a), du règlement n° 40/94 ne pourrait pas trouver application dans le cas d'espèce.

28 La requérante souligne que, si elle n'a pas exigé de preuves de l'usage des marques antérieures au cours de la procédure d'opposition, conformément à l'article 43, paragraphe 2, du règlement n° 40/94, c'est en raison de la présentation spontanée de preuves par Iberia. Pour des raisons d'économie de procédure, il n'aurait donc pas été nécessaire que la requérante demande qu'Iberia apporte des preuves de l'usage sérieux des marques antérieures que celle-ci avait déjà présentées. En tout état de cause, puisque le règlement n° 40/94 prévoit la possibilité qu'une marque soit déclarée nulle en raison de l'absence d'usage sérieux, il incomberait à l'opposant de présenter des preuves d'un usage sérieux de sa marque antérieure et de la notoriété éventuelle de cette marque.

29 L'OHMI défend la validité de la décision attaquée sur ce point, en rappelant que la chambre de recours a observé à juste titre que la question de l'usage des marques antérieures n'avait pas été soulevée par la requérante devant la division d'opposition.

30 Il estime que la preuve de l'usage et la revendication de notoriété sont deux questions différentes. En effet, la notoriété aurait été invoquée par l'opposante à son propre bénéfice en vue d'étendre la protection de sa marque antérieure, conformément à l'article 8, paragraphe 5, du règlement n° 40/94, aux produits ou services qui ne présentent pas de similitude avec ceux pour lesquels ladite marque est enregistrée. En revanche, conformément à l'article 43, paragraphe 2, de ce même règlement, la preuve de l'usage devrait être apportée par l'opposante «sur requête du demandeur», en vue de défendre le domaine de protection de la marque antérieure. Or, la requérante n'ayant pas demandé en temps voulu la preuve de l'usage des marques antérieures, l'OHMI n'aurait pas pu légitimement évaluer, aux fins de l'article 43, paragraphe 2, du règlement n° 40/94, les preuves présentées par l'opposante pour établir la notoriété de ses marques antérieures.

31 L'intervenante conteste la pertinence des arguments de la requérante concernant l'usage effectif des marques antérieures. Elle allègue que c'est le terme

«mundicolor» qui est connu et qui est utilisé pour la grande distribution. L'utilisation conjointe, dans certains cas, de ce terme et de son nom commercial serait tout à fait normale. Les termes «mundos soñados» et «hotel color» ne seraient jamais utilisés en association avec la marque MUNDICOLOR et ne correspondraient pas aux enregistrements dont l'intervenante est titulaire.

Appréciation du Tribunal

32 Par le présent moyen, la requérante vise, en substance, à faire juger que c'est à tort que la chambre de recours a refusé de constater que les marques antérieures de l'intervenante n'avaient pas fait l'objet d'un usage sérieux dans la Communauté pour les services pour lesquels elles ont été enregistrées et sur lesquels l'opposition est fondée, conformément à l'article 43, paragraphe 2, du règlement n° 40/94. En particulier, elle estime que la chambre de recours aurait dû prendre en considération la documentation fournie par Iberia devant la division d'opposition pour établir si cette documentation fournissait la preuve d'un usage des marques antérieures conforme aux exigences de l'article 43 du règlement n° 40/94 ou si, comme la requérante le pense, elle témoignait, au contraire, d'un usage altérant le caractère distinctif de celles-ci dans la forme sous laquelle elles avaient été enregistrées.

33 Tout d'abord, il y a lieu de rectifier la référence que la requérante fait à l'article 43, paragraphe 2, du règlement n° 40/94, dans la mesure où ledit paragraphe ne concerne que les conséquences du non-usage d'une marque communautaire antérieure, alors que, en l'espèce, la marque antérieure d'Iberia en raison de laquelle l'opposition a été accueillie — la marque verbale MUNDICOLOR — est une marque nationale. Les dispositions pertinentes sont en réalité celles combinées des paragraphes 2 et 3 dudit article, le paragraphe 3 déclarant applicable le paragraphe 2 «aux marques nationales antérieures visées à l'article 8 paragraphe 2 point a), étant entendu que l'usage dans la Communauté est remplacé par l'usage dans l'État membre où la marque nationale antérieure est protégée».

34 En outre, il convient de préciser que l'article 15, paragraphe 2, sous a), du règlement n° 40/94 ne concerne, lui aussi, que la marque communautaire. Cette disposition définit la notion d'usage de la marque communautaire aux termes du règlement précité, aux fins notamment de l'application des dispositions de celui-ci prévoyant des sanctions pour le non-usage d'une telle marque. Les marques nationales antérieures invoquées dans le cadre d'une opposition au titre de l'article 42 du règlement n° 40/94 ainsi que leur usage ou non-usage ne sont donc pas régis par la disposition en cause.

35 Il n'est d'ailleurs pas nécessaire, en l'espèce, de s'interroger sur la question de savoir si, aux fins de l'application des dispositions combinées de l'article 43, paragraphes 2 et 3, du règlement n° 40/94, la constatation de l'usage ou du non-usage d'une marque nationale antérieure pourrait se faire également au regard de l'article 15 dudit règlement, sur la base d'une application par analogie de cette disposition.

36 En effet, c'est à bon droit que la chambre de recours, relevant, dans la décision attaquée dans l'affaire T-184/02 (point 18), que «la question de l'usage des marques préalablement enregistrées n'avait pas été soulevée auprès de la division d'opposition et que celle-ci n'était pas non plus formulée dans l'instance d'appel», n'a pas rejeté l'opposition sur la base de l'article 43 du règlement n° 40/94.

37 À cet égard, il y a lieu de remarquer que, conformément à cet article, ce n'est que lorsque le demandeur en a fait la requête que le titulaire d'une marque antérieure qui a formé opposition est appelé à apporter la preuve que, au cours des cinq années qui précèdent la publication de la demande de marque communautaire, la marque antérieure a fait l'objet d'un usage sérieux dans le territoire où elle est protégée pour les produits ou les services pour lesquels elle est enregistrée et sur lesquels l'opposition est fondée, ou qu'il existe de justes motifs pour le non-usage.

38 En substance, conformément à l'article 43, paragraphes 2 et 3, du règlement n° 40/94, aux fins de l'examen d'une opposition introduite au titre de l'article 42 de ce même règlement, la marque antérieure est présumée avoir fait l'objet d'un usage sérieux aussi longtemps qu'une requête du demandeur ayant pour objet la preuve d'un tel usage n'est pas présentée. La présentation d'une telle requête a donc pour effet de faire peser sur l'opposant la charge de prouver l'usage sérieux (ou l'existence de justes motifs pour le non-usage) sous peine du rejet de son opposition, cette preuve devant alors être fournie dans le délai imparti par l'OHMI conformément à la règle 22 du règlement (CE) n° 2868/95 de la Commission, du 13 décembre 1995, portant modalités d'application du règlement n° 40/94 (JO L 303, p. 1). Pour qu'un tel effet se produise, la demande doit être formulée expressément et en temps utile devant l'OHMI.

39 Il s'ensuit que le défaut de preuve de l'usage sérieux ne peut être sanctionné par un rejet de l'opposition qu'au cas où une telle preuve a été exigée, expressément et en temps utile, par le demandeur devant l'OHMI.

40 Or, en l'espèce, la requérante admet qu'elle n'a jamais présenté devant l'OHMI la requête visée à l'article 43, paragraphe 2, du règlement n° 40/94.

41 Par conséquent, compte tenu également de l'article 74, paragraphe 1, du règlement n° 40/94, aux termes duquel, «dans une procédure concernant des motifs relatifs de refus d'enregistrement, l'examen est limité aux moyens invoqués et aux demandes présentées par les parties», ni la division d'opposition ni la chambre de recours ne pouvaient rejeter l'opposition sur la base de l'article 43, paragraphes 2 et 3, du règlement n° 40/94.

42 Cette conclusion ne saurait être infirmée par l'argument de la requérante tiré de ce qu'elle n'a pas demandé la preuve de l'usage au motif qu'Iberia avait présenté spontanément devant la division d'opposition une documentation qui faisait apparaître qu'elle avait fait usage des marques antérieures sous une forme autre que celle sous laquelle elles avaient été enregistrées.

43 Cet argument est clairement dépourvu de fondement. En effet, il ressort du dossier que la documentation en cause n'avait pas été produite par Iberia devant la division d'opposition pour prouver l'usage de ses marques antérieures, mais pour prouver la notoriété desdites marques et ainsi étayer l'existence d'un risque de confusion au sens de l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 40/94 (voir, à cet égard, la jurisprudence citée au point 67 ci-après). Or, la production d'une telle documentation ne saurait en aucun cas remplacer l'exigence d'une requête expresse du demandeur ayant pour l'objet la preuve de l'usage sérieux pour que la question d'un tel usage doive être examinée et tranchée par l'OHMI.

44 Dans ces conditions, il n'est pas nécessaire de se pencher, comme la chambre de recours l'a fait à titre surabondant (point 19 de la décision attaquée dans l'affaire T-184/02), sur la question de savoir si ladite documentation atteste ou non d'un usage de la marque MUNDICOLOR par Iberia conforme aux exigences de l'article 43 du règlement n° 40/94.

45 Le présent moyen doit, par conséquent, être rejeté.

Sur le moyen tiré de la violation de l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 40/94

Arguments des parties

46 La requérante rappelle que, conformément à l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 40/94, le refus d'enregistrement exige cumulativement l'identité ou la similitude des signes et l'identité ou la similitude des produits et services désignés. Elle rappelle également que, lorsqu'il n'existe pas de risque de confusion entre les signes, l'identité des produits et services désignés par ceux-ci n'est pas pertinente aux fins de l'application de cette disposition.

47 Or, en l'espèce, elle soutient que, à supposer même que les produits et services en cause circulent par les mêmes canaux commerciaux, les différences d'ensemble entre les signes sont suffisamment importantes pour écarter tout risque de confusion.

48 En premier lieu, la requérante souligne la différence phonétique entre les signes. Elle fait remarquer le nombre différent de syllabes et de lettres qui composent les signes, à savoir trois syllabes et huit lettres dans le cas de «mundicor» et quatre syllabes et dix lettres dans le cas de «mundicolor». Il y aurait une claire différence entre les signes non seulement du point de vue strictement sonore, en raison notamment de la différente composition des suffixes «cor» et «color», mais également sur le plan de l'accent tonique et au niveau rythmique et musical: la marque demandée se terminerait subitement sur une troisième syllabe accentuée, tandis que la partie finale des marques MUNDICOLOR serait beaucoup moins brusque, étant prolongée d'une syllabe, tout aussi accentuée.

49 En deuxième lieu, la requérante fait valoir la différence visuelle entre les signes en litige, résultant du nombre différent de lettres qu'ils contiennent. Elle souligne notamment que la marque demandée est plus courte que les marques antérieures MUNDICOLOR.

50 Dans le cadre de l'affaire T-184/02, la requérante ajoute que la différence visuelle est encore plus marquée si l'on compare la marque demandée à la marque internationale antérieure, en raison du graphisme caractéristique et distinctif de la deuxième et de la séparation des termes «mundi» et «color» dans celle-ci. En outre, elle compare la marque demandée avec les signes d'Iberia tels qu'ils ressortent des documents présentés par cette dernière devant l'OHMI afin de prouver la notoriété de ses marques antérieures. La requérante fait ainsi observer que, dans la plupart des cas, les marques antérieures d'Iberia sont mixtes, présentent un graphisme très caractéristique et comportent également les termes «Iberia», «mundos soñados» ou «hotel color», ce qui introduit d'importants éléments distinctifs par rapport à la marque demandée.

51 En troisième lieu, elle met en exergue la différence entre les signes en conflit du point de vue conceptuel.

52 Ainsi, elle estime, premièrement, que le préfixe «mundi», faisant référence de façon générique aux termes «mundial» (mondial) ou «mundo» (monde), n'est pas distinctif en lui-même. Une multitude de marques enregistrées se composeraient d'ailleurs de ce préfixe. La comparaison, sur le plan conceptuel, devrait, par conséquent, être centrée spécialement sur les suffixes «color» et «cor».

53 La requérante soutient, deuxièmement, que, dans le signe MUNDICOLOR, le préfixe «mundi», intrinsèquement connecté au terme «color», fait clairement référence à un secteur déterminé de la réalité, à savoir le monde des couleurs, et non au globe terrestre qu'évoque le signe MUNDICOR. Toutefois, elle fait remarquer que le préfixe «mundi», uni à la particule «cor», tend à perdre tout contenu évocateur pour se convertir en un élément de pure fantaisie.

54 La requérante fait observer, troisièmement, que le suffixe «color» (couleur) a une signification claire et, s'agissant de la marque antérieure de González Cabello, fait référence au genre des produits couverts par cette marque, tandis que le suffixe «cor» est dépourvu de contenu sémantique immédiat.

55 Elle estime, quatrièmement, que les signes en conflit peuvent facilement être associés, dans l'esprit des consommateurs, à leur titulaire respectif et au prestige de celui-ci sur le marché. D'une part, la requérante utiliserait une multitude de marques enregistrées se terminant par «cor», et son prestige sur le marché espagnol serait suffisamment grand pour que d'autres signes également se terminant par «cor» puissent lui être associés. D'autre part, il ressortirait des documents présentés par Iberia devant la division d'opposition que les marques

antérieures en cause dans l'affaire T-184/02 sont associées à la dénomination renommée de leur titulaire ou à d'autres éléments verbaux, comme «mundos soñados» ou «hotel color» qui identifieraient clairement l'origine commerciale de ces marques.

56 En vue de prouver l'existence, d'une part, d'une multitude de marques nationales enregistrées qui lui appartiennent et qui se terminent par le suffixe «cor» et, d'autre part, d'une multitude de marques communautaires enregistrées comportant les termes «mundi» ou «mundo», la requérante, dans les deux affaires, produit plusieurs documents et invite le Tribunal à adresser à l'Oficina Española de Patentes y Marcas (office espagnol des brevets et des marques) et à l'OHMI, au titre de l'article 65, sous b), du règlement de procédure, des demandes de renseignements.

57 L'OHMI rappelle que l'appréciation globale du risque de confusion implique une certaine interdépendance entre les facteurs pris en compte, et notamment entre la similitude des marques et celle des produits ou services désignés.

58 S'agissant de la comparaison des produits et des services, l'OHMI, dans les deux affaires, insiste sur l'identité ou la quasi-identité des produits et des services désignés par les marques en litige.

59 S'agissant de la comparaison entre les signes, l'OHMI, dans le cadre de l'affaire T-184/02, souligne que, la division d'opposition et la chambre de recours ayant fait droit à l'opposition d'Iberia eu égard à la seule marque verbale espagnole MUNDICOLOR, il n'y a pas lieu de comparer la marque demandée à la marque figurative internationale sur laquelle Iberia a également fondé son opposition. Dans cette même affaire, l'OHMI fait remarquer, en outre, que la comparaison entre les marques doit se fonder sur les signes tels qu'ils ont été enregistrés.

60 À partir d'une comparaison globale des signes en conflit, MUNDICOR et MUNDICOLOR, l'OHMI conclut, dans les deux affaires, que ceux-ci sont très similaires du point de vue visuel et phonétique, bien qu'il n'existe pas entre eux de similitude conceptuelle pertinente.

61 Il existerait donc un risque de confusion dans l'esprit du public de l'État membre concerné, à savoir l'Espagne, en raison de la similitude des signes en conflit ainsi que de l'identité ou de la grande similitude des produits et des services qu'ils désignent.

62 L'intervenante, dans l'affaire T-184/02, se rallie, en substance, aux arguments développés par l'OHMI et soutient notamment que, en l'espèce, la similitude des marques en conflit est pleinement établie. En se reportant aux constatations, qu'elle estime bien fondées, de la chambre de recours concernant la similitude visuelle et phonétique des signes en cause, l'intervenante fait valoir l'existence d'une similitude des termes «mundicor» et «mundicolor» également sur le plan conceptuel, étant donné que le préfixe commun «mundi», faisant référence à «mundo» (monde) ou «mundial» (mondial), est l'élément prédominant au niveau conceptuel.

63 Compte tenu également de la concordance exacte, constatée par la chambre de recours, entre les services revendiqués par la demande de marque communautaire et les services couverts par ses marques antérieures, l'intervenante allègue que l'enregistrement et l'usage de la marque demandée dans le même secteur commercial que celui dans lequel circulent ses propres marques engendreraient inévitablement, eu égard à la notoriété de celles-ci, un risque de confusion et d'association dans l'esprit du public et lui causeraient un grave préjudice. L'intervenante signale, pour étayer la notoriété de ses marques antérieures, qu'elle a enregistré la marque verbale MUNDICOLOR dans nombre de pays du monde entier et qu'elle est titulaire, outre des marques sur lesquelles son opposition était fondée, d'autres marques figuratives comportant le terme «mundicolor», enregistrées en Espagne ou dans d'autres pays européens.

Appréciation du Tribunal

64 Selon la jurisprudence de la Cour relative à l'interprétation de la première directive 89/104/CEE du Conseil, du 21 décembre 1988, rapprochant les législations des États membres sur les marques (JO 1989, L 40, p. 1), et du Tribunal concernant le règlement nº 40/94, 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 [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; arrêts du Tribunal du 23 octobre 2002, Oberhauser/OHMI — Petit Liberto (Fifties), T-104/01, Rec. p. II-4359, point 25, et du 15 janvier 2003, Mystery Drinks/OHMI — Karlsberg Brauerei (MYSTERY), T-99/01, Rec. p. II-43, point 29].

65 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 (arrêts de la Cour du 11 novembre 1997, SABEL, C-251/95, Rec. p. I-6191, point 22; Canon, précité, point 16; Lloyd Schuhfabrik Meyer, précité, point 18, et du 22 juin 2000, Marca Mode, C-425/98, Rec. p. I-4861, point 40; arrêts Fifties, précité, point 26, et MYSTERY, précité, point 30).

66 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. 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, quant à elle, dépend notamment de la connaissance de la marque sur le marché et du degré de similitude entre la marque et le signe et entre les produits ou les services désignés (arrêts Canon, précité, point 17; Lloyd Schuhfabrik Meyer, précité, point 19; Fifties, précité, point 27, et MYSTERY, précité, point 31).

67 Il résulte, en outre, de la jurisprudence que le risque de confusion est d'autant plus élevé que le caractère distinctif de la marque antérieure s'avère important (arrêts SABEL, précité, point 24, et Canon, précité, point 18), celui-ci devant être constaté soit au regard des qualités intrinsèques de la marque, soit en raison de la notoriété qui lui est attachée (arrêts Canon, précité, point 18, et MYSTERY, précité, point 34).

68 En outre, la perception des marques qu'a le consommateur moyen des produits ou des services 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 (arrêts SABEL, précité, point 23; Lloyd Schuhfabrik Meyer, précité, point 25; Fifties, précité, point 28, et MYSTERY, précité, point 32). Aux fins de cette appréciation globale, le consommateur moyen des produits concernés est censé être normalement informé et raisonnablement attentif et avisé. Par ailleurs, il convient de tenir compte de la circonstance selon laquelle 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 Lloyd Schuhfabrik Meyer, précité, point 26; Fifties, précité, point 28, et MYSTERY, précité, point 32).

69 En l'espèce, il convient de rappeler que González Cabello et Iberia ont chacune formé opposition à l'enregistrement de la marque communautaire demandée, en invoquant l'existence d'un risque de confusion, au sens de l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 40/94, avec, d'une part, la marque verbale espagnole MUNDICOLOR, qui désigne des produits relevant de la classe 2 de l'arrangement de Nice, précité, et, d'autre part, avec la marque verbale espagnole MUNDICOLOR et la marque figurative internationale comprenant les termes «mundi» et «color», lesquelles désignent des services relevant des classes 39 et 42 du même arrangement.

70 Dans la décision attaquée dans l'affaire T-184/02 (point 16), la chambre de recours a relevé que, ayant à juste titre constaté l'existence d'un risque de confusion entre la marque demandée et la marque verbale espagnole d'Iberia, la division d'opposition pouvait légitimement s'abstenir de procéder à une appréciation du risque de confusion entre la marque demandée et la marque figurative internationale antérieure. Elle a ainsi rejeté le grief que la requérante tirait de l'absence d'une telle appréciation et s'est abstenue, à son tour, de se livrer à celle-ci.

71 La requérante ne saurait se plaindre de ce raisonnement de la chambre de recours, selon lequel «s'il n'est fait droit à une action en opposition qu'en ce qui concerne l'un des droits opposés à la marque demandée, il n'y a pas lieu d'examiner dans quelle mesure il pourrait être également fait droit à l'opposition à l'égard des droits restants invoqués» (décision attaquée, point 16).

72 Puisque l'opposition d'Iberia a été, à deux reprises, accueillie sur la base de la marque verbale antérieure, toutes considérations concernant le degré de similitude entre la marque demandée et la marque figurative antérieure ne peuvent avoir de pertinence que dans l'hypothèse où le Tribunal, sur la base des autres arguments invoqués par la requérante, exclut, contrairement à ce qu'a fait la chambre de recours, l'existence d'un risque de confusion pour le public espagnol entre la marque demandée et la marque verbale antérieure d'Iberia.

73 Dès lors, dans le cadre de l'examen du présent moyen, il y a lieu de procéder d'emblée à l'appréciation du risque de confusion entre, d'une part, la marque verbale communautaire demandée MUNDICOR et, d'autre part, les marques verbales antérieures MUNDICOLOR appartenant à González Cabello et à Iberia.

74 Étant donné la nature des produits et des services en cause, qui sont tous de consommation courante, et le fait que les marques verbales antérieures sont enregistrées et protégées en Espagne, le public ciblé par rapport auquel l'appréciation du risque de confusion doit s'effectuer est constitué par les consommateurs moyens de cet État membre, qui sont, pour l'essentiel, hispanophones.

— Sur la comparaison des produits et des services en cause

75 En ce qui concerne la comparaison des produits et des services, il y a lieu de relever que la chambre de recours, dans les deux décisions attaquées, sans se livrer à une analyse propre, a affirmé qu'il existait une identité ou quasi-identité entre, d'une part, les produits et services désignés par les marques verbales antérieures et, d'autre part, les produits et services visés par la demande de marque communautaire par rapport auxquels l'opposition avait été accueillie. Elle a, en effet, constaté que la requérante ne contestait pas cette appréciation portée par la division d'opposition.

76 Puisque la requérante ne conteste pas non plus cette appréciation dans le cadre des présents recours et accepte, par conséquent, que l'on tienne pour acquis un degré très élevé de similitude (identité ou quasi-identité) entre les produits et les services désignés par les marques en conflit, mais prétend, en revanche, que celles-ci ne sont pas similaires ni, a fortiori, identiques et qu'il n'existe pas de risque de confusion entre elles, il convient de limiter l'examen à ces deux points.

— Sur la comparaison des signes en conflit

77 Il ressort de la jurisprudence que 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 en compte, en particulier, de leurs éléments distinctifs et dominants (arrêts SABEL, précité, point 23; Lloyd Schuhfabrik Meyer, précité, point 25, et Canon, précité, point 16). En outre, la Cour a considéré qu'il ne saurait être exclu que la seule similitude phonétique entre deux marques puisse créer un risque de confusion (voir, en ce sens, arrêt Lloyd Schuhfabrik Meyer, précité, point 28).

78 Il y a lieu, partant, de procéder à une comparaison des signes en conflit en l'espèce sur les plans visuel, phonétique et conceptuel, étant précisé que les termes de cette comparaison sont constitués, comme l'OHMI l'a rappelé à juste titre, d'une part, par la marque communautaire demandée et, d'autre part, conformément à l'article 8, paragraphe 2, sous a), ii), du règlement n° 40/94, par les marques antérieures telles qu'elles ont été enregistrées en Espagne, à savoir le signe verbal MUNDICOLOR.

79 Dans la décision attaquée dans l'affaire T-183/02, la chambre de recours ne s'est pas livrée à une comparaison visuelle des signes MUNDICOR et MUNDICOLOR. En revanche, la chambre de recours s'est penchée sur la similitude phonétique de ceux-ci, que la requérante avait contestée devant elle. À cet égard, elle a relevé que «les deux marques ont en commun les sept premières lettres, qui forment également leurs trois premières syllabes, ainsi que la dernière lettre»; que la seule différence entre ces marques est constituée par les lettres supplémentaires «lo» qui constituent la quatrième syllabe de la marque antérieure; que, étant unies aux lettres «o» et «r», ces lettres supplémentaires ne modifient pas «de manière sensible la séquence sonore du signe»; que «ce sont habituellement les premières syllabes qui influencent le plus la perception du consommateur» (point 16 de ladite décision).

80 Dans la décision attaquée dans l'affaire T-184/02, la chambre de recours a opéré conjointement la comparaison visuelle et phonétique entre les marques MUNDICOR et MUNDICOLOR, en soulignant que celles-ci «possèdent les sept premières lettres et la dernière en commun, [...] présentent une même apparence

visuelle et une même séquence sonore», et diffèrent uniquement par le fait que la marque de la requérante termine en «or», tandis que la marque de l'opposante termine en «olor». Se situant toutefois à la fin des deux termes, cette différence attirerait, de fait, moins l'attention et n'altérerait pas, dès lors, de manière significative l'évidente similitude visuelle et phonétique des deux signes (point 21 de ladite décision).

81 Sur le plan visuel, force est de constater que les ressemblances entre les marques verbales MUNDICOLOR et la marque demandée MUNDICOR sont très marquées. Comme il a été souligné par la chambre de recours, la seule différence sur le plan visuel entre les signes est constituée par les deux lettres supplémentaires «lo» qui caractérisent les marques antérieures et qui sont toutefois, d'une part, précédées, dans ces marques, par six lettres placées de la même façon que dans la marque MUNDICOR et, d'autre part, suivies de la lettre «r» qui termine également la marque demandée. Compte tenu du fait que, ainsi que la division d'opposition et la chambre de recours l'ont relevé à juste titre, le consommateur attache normalement plus d'importance à la partie initiale des mots, la présence de la même racine «mundico» dans les signes en conflit crée une forte similitude visuelle, qui est, de plus, renforcée par la présence de la lettre «r» à la fin des deux signes. Au vu de ces ressemblances, l'argument de la requérante fondé sur la longueur différente des signes en conflit n'est pas suffisant pour écarter l'existence d'une forte similitude visuelle.

82 Sur le plan phonétique, il y a lieu de constater, premièrement, l'inclusion de toutes les huit lettres de la marque MUNDICOR dans les marques MUNDICOLOR.

83 Deuxièmement, les deux premières syllabes des signes en conflit, formant le préfixe «mundi», coïncident. À cet égard, il y a lieu de souligner, à nouveau, que normalement l'attention du consommateur se dirige surtout sur le début du mot.

84 Troisièmement, selon les règles de syllabation et d'accentuation propres à la langue espagnole, les signes en conflit sont composés de quatre et de trois syllabes, respectivement, à savoir «mun-di-co-lor» et «mun-di-cor», et l'accent tonique dans les deux signes retombe sur les dernières syllabes, «lor» et «cor» respectivement. Les lettres qui forment la dernière syllabe de la marque demandée, à savoir «cor», sont toutes présentes dans les marques antérieures, et plus précisément dans les deux dernières syllabes de celles-ci. Les syllabes «lor» et «cor» qui terminent les deux signes ont en commun, outre la voyelle «o» sur laquelle retombe l'accent tonique, la consonne finale «r», laquelle se caractérise, dans la langue espagnole, par une prononciation très marquée. Ces particularités donnent lieu à des sonorités fort similaires.

85 Au vu de ces considérations, l'argument de la requérante fondé sur l'existence des lettres supplémentaires «lo» et d'une syllabe en plus dans les marques antérieures ne permet pas d'écarter la forte similitude phonétique entre les signes, celle-ci devant être appréciée sur la base de l'impression d'ensemble produite par leur prononciation complète.

86 En ce qui concerne la comparaison conceptuelle, la chambre de recours, dans la décision attaquée dans l'affaire T-183/02, a considéré notamment que «la différence entre l'expression très spécifique de 'El Corte Inglés' et la terminaison simple et assez banale 'cor' est tellement grande que le public ciblé, constitué de consommateurs moyens, normalement informés et raisonnablement attentifs et avisés [...], ne va ni associer, ni identifier immédiatement cette partie finale de la [...] marque communautaire [demandée] avec l'entreprise El Corte Inglés, aussi connue que soit cette dernière» (point 17 de ladite décision).

87 Dans la décision attaquée dans l'affaire T-184/02, la chambre de recours a observé que «l'élément ['mundi'], en dépit d'être utilisé fréquemment dans le domaine de

la distribution et de la commercialisation de produits et de services, n'est pas un terme générique susceptible d'être dépourvu de caractère distinctif». Un tel élément serait une «partie intrinsèque des marques objet du litige, [...] visuellement et phonétiquement perçue comme telle par le consommateur ordinaire» (point 21 de ladite décision).

88 En premier lieu, il convient de constater que, ainsi que l'OHMI l'a reconnu dans ses mémoires, il n'y a pas de similitude conceptuelle significative entre les marques en conflit.

89 Ces dernières ont certes en commun le terme «mundi», lequel, bien qu'il ne corresponde comme tel à aucun mot de la langue espagnole, jouit d'une certaine force évocatrice, dans la mesure où il est très proche, compte tenu également de sa signification en latin («du monde»), du substantif «mundo» (monde) et de l'adjectif «mundial» (mondial).

90 Toutefois, le terme «mundi» ne constitue qu'un préfixe dans les marques en conflit, alors que l'existence d'une similitude conceptuelle entre celles-ci doit être appréciée sur la base de la force évocatrice que l'on peut reconnaître à chacune d'entre elles prise dans son ensemble. À cet égard, il y a lieu de relever que, alors que, dans les marques antérieures, le préfixe «mundi» s'accompagne du substantif «color» (couleur), pour former un syntagme qui, sans avoir une signification nette et déterminée, évoque néanmoins des idées (comme «couleurs du monde» ou «monde en couleurs») susceptibles d'être saisies par le public ciblé, dans la marque demandée ce même préfixe s'accompagne du suffixe «cor», terme qui n'a aucune signification en langue espagnole, de sorte que cette marque, nonobstant la force évocatrice du préfixe «mundi», est finalement dépourvue de charge conceptuelle particulière pour ledit public.

91 Il y a lieu d'ajouter que, dans les marques MUNDICOLOR, le terme «mundi» n'apparaît pas nécessairement être l'élément dominant au niveau conceptuel, étant donné qu'il y est associé à un autre terme («color») pourvu d'un contenu sémantique encore plus évident (couleur). En outre, ainsi que l'OHMI l'a indiqué dans ses mémoires, le terme «mundi» est fréquemment utilisé pour la commercialisation de produits ou de services. Dans ces conditions, il ne saurait constituer un lien conceptuel entre les marques en conflit de nature à imposer la conclusion que celles-ci sont similaires d'un point de vue conceptuel.

92 Dans ces circonstances, il n'est pas nécessaire d'examiner les documents produits par la requérante en vue d'étayer son allégation selon laquelle la présence du préfixe «mundi» dans les deux signes ne crée pas de similitude conceptuelle entre eux ni de faire droit à la demande de la requérante visant à ce que le Tribunal sollicite des renseignements auprès de l'OHMI.

93 En second lieu, il convient d'observer que des différences conceptuelles séparant les marques en conflit peuvent être de nature à neutraliser dans une large mesure les similitudes visuelles et phonétiques existant entre ces marques. Une telle neutralisation, toutefois, requiert qu'au moins une des marques en cause ait, dans la perspective du public pertinent, une signification claire et déterminée, de sorte que ce public est susceptible de la saisir immédiatement, et que l'autre marque n'ait pas une telle signification ou qu'elle ait une signification entièrement différente [arrêt du Tribunal du 14 octobre 2003, Phillips-Van Heusen/OHMI — Pash Textilvertrieb und Einzelhandel (BASS), T-292/01, Rec. p. II-4335, point 54].

94 Or, force est de constater que ces conditions ne sont pas remplies en l'espèce.

95 En effet, d'une part, les marques MUNDICOLOR, tout en ayant une certaine force évocatrice, ne sauraient toutefois être regardées comme ayant une signification claire et déterminée dans la perspective du public pertinent (voir point 90 ci-dessus).

96 D'autre part, la marque MUNDICOR est également dépourvue d'une telle signification, l'argumentation de la requérante concernant le prétendu lien conceptuel entre les signes terminant par «cor» et sa dénomination El Corte Inglés ne pouvant pas être retenue. À cet égard, il y a lieu de relever que, quel que soit le prestige dont la requérante jouit dans le marché espagnol, le fait qu'elle ait pu enregistrer nombre de marques se terminant par «cor» ne prouve pas que le public espagnol associerait à la requérante tout autre signe se terminant par «cor», et notamment la marque demandée MUNDICOR, la chambre de recours ayant souligné à juste titre, dans la décision attaquée dans l'affaire T-183/02, la différence significative existant entre l'expression «El Corte Inglés» et le simple suffixe «cor» (voir point 86 ci-dessus). Or, la requérante, pour démontrer qu'une telle association se ferait dans l'esprit du public ciblé, n'a avancé, devant l'OHMI et au cours de la présente procédure contentieuse, que de simples allégations, non étayées d'éléments de preuve.

97 Ainsi, l'offre de preuve de la requérante visant à faire constater la multitude de marques nationales se terminant pas «cor» dont elle est prétendument titulaire — outre le fait qu'elle est irrecevable, l'admission de preuves présentées pour la première fois devant le Tribunal étant contraire à l'article 135, paragraphe 4, du règlement de procédure [voir, en ce sens, arrêt du Tribunal du 6 mars 2003, DaimlerChrysler/OHMI (Calandre), T-128/01, Rec. p. II-701, point 18] — doit être rejetée au motif également qu'elle est inopérante.

98 Par ailleurs, il ne saurait être ignoré que les marques en conflit ont en commun le préfixe «mundi», jouissant d'une certaine force évocatrice (voir point 89 ci-dessus), ce qui, bien que celui-ci ne constitue pas un lien de nature à créer une

similitude conceptuelle entre ces marques (voir point 91 ci-dessus), limite néanmoins leur différence conceptuelle. À cet égard, il y a lieu de noter que, dans la marque demandée, ce préfixe est, en tout état de cause, l'élément dominant au niveau conceptuel.

99 Dans ces conditions, il ne saurait être affirmé qu'il existe entre les marques en conflit une différence conceptuelle telle que la forte similitude visuelle et phonétique relevée est neutralisée.

100 Dès lors, il y a lieu de considérer que c'est à juste titre que la chambre de recours a estimé que les signes en conflit sont similaires au sens de l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement nº 40/94.

— Sur le risque de confusion

101 Puisqu'il est constant que les produits et les services désignés par les marques en conflit sont identiques ou très similaires et qu'il a été établi que celles-ci sont similaires, au vu notamment de leurs fortes similitudes phonétiques et visuelles, il existe, a priori, un risque de confusion dans la perception du public ciblé.

102 Toutefois, dans l'affaire T-184/02, la requérante prétend encore que, en l'espèce, le risque de confusion ne doit pas être apprécié seulement sur la base des ressemblances ou des différences entre les signes en conflit, mais également par rapport à l'association de ces signes, dans l'usage qui en est fait concrètement sur

le marché par leur titulaire, avec d'autres éléments verbaux ou graphiques qui ne font pas partie de la marque enregistrée. À cet égard, elle fait valoir que la marque demandée est toujours associée à sa dénomination, qui est renommée, et qu'Iberia utilise en fait sa marque en l'associant à sa dénomination, non moins renommée en Espagne, ou à d'autres éléments verbaux identifiant clairement l'origine commerciale du signe, de sorte que le risque de confusion dans l'esprit des consommateurs est, dans la pratique, inexistant.

103 Cette argumentation doit être écartée.

104 En effet, s'agissant, premièrement, de la prétendue association entre la marque demandée et la dénomination de la requérante, il a été déjà constaté au point 96 ci-dessus qu'aucun élément n'a été apporté par cette dernière de nature à prouver qu'une telle association se ferait effectivement dans l'esprit du public ciblé. En outre, pour autant que la requérante fait allusion à une éventuelle intention d'utiliser toujours la marque demandée en combinaison avec la dénomination «El Corte Inglés», il suffit de relever que sa demande de marque communautaire ne vise que le signe verbal MUNDICOR, associé à aucun autre élément, de sorte que cette prétendue intention est indifférente.

105 Deuxièmement, le fait, allégué par la requérante, que le signe MUNDICOLOR a pu être utilisé par son titulaire Iberia en combinaison avec d'autres éléments verbaux ou figuratifs n'a aucune incidence sur l'appréciation du risque de confusion au sens de l'article 8, paragraphe 1, sous b), dudit règlement. En effet, aussi longtemps qu'elle demeure titulaire de sa marque antérieure, Iberia peut en principe utiliser le signe verbal qui la compose en tant que tel, sans l'associer à d'autres éléments, et peut se prévaloir de ce signe protégé, sous réserve de l'application de l'article 43, paragraphe 2, du règlement n° 40/94, pour s'opposer

à l'enregistrement d'une marque communautaire qui engendrerait un risque de confusion avec ce signe au sens de l'article 8, paragraphe 1, sous b), de ce même règlement.

106 À la lumière des considérations qui précédent, c'est à juste titre que la chambre de recours a constaté, dans les décisions attaquées, l'existence d'un risque de confusion au sens de l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement nº 40/94 entre la marque demandée MUNDICOR et les marques antérieures MUNDICOLOR. Il convient, dès lors, de rejeter, dans les deux affaires, le moyen tiré de la violation de cet article, sans qu'il soit besoin, dans l'affaire T-184/02, d'examiner la question de la prétendue notoriété de la marque antérieure d'Iberia — soulevée par l'intervenante afin d'étayer l'existence en l'espèce d'un risque de confusion au regard de la jurisprudence citée au point 67 ci-dessus — ni d'apprécier l'existence d'un risque de confusion également avec l'autre marque antérieure sur laquelle Iberia a fondé son opposition, à savoir la marque figurative internationale comprenant les termes «mundi» et «color».

107 Il résulte de tout ce qui précède que les présents recours doivent être rejetés dans leur ensemble.

Sur les dépens

108 Aux termes de l'article 87, paragraphe 2, du règlement de procédure, 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 exposés par l'OHMI et par l'intervenante, conformément aux conclusions de ceux-ci.

Par ces motifs,

LE TRIBUNAL (quatrième chambre)

déclare et arrête:

1) **Les recours sont rejetés.**

2) **La requérante est condamnée aux dépens.**

Tiili Mengozzi Vilaras

Ainsi prononcé en audience publique à Luxembourg, le 17 mars 2004.

Le greffier

H. Jung

Le président

V. Tiili