ARRÊT DU TRIBUNAL (huitième chambre)

28 octobre 2009 *

Dans l'affaire T-137/08,

BCS SpA, établie à Milan (Italie), représentée par M^es^ M. Franzosi, V. Jandoli et F. Santonocito, avocats,

partie requérante,

contre

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

partie défenderesse,

* Langue de procédure : l'anglais.

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

Deere & Company, établie à Wilmington, Delaware (États-Unis), représentée par M^me^ J. Gray, solicitor, et M^e^ A. Tornato, avocat,

ayant pour objet une demande d'annulation de la décision de la deuxième chambre de recours de l'OHMI du 16 janvier 2008 (affaire R 222/2007-2), relative à une procédure de nullité entre BCS SpA et Deere & Company,

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

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

greffier : M. N. Rosner, administrateur,

vu la requête déposée au greffe du Tribunal le 9 avril 2008,

vu le mémoire en réponse de l'OHMI déposé au greffe du Tribunal le 22 juillet 2008,

vu le mémoire en réponse de l'intervenante déposé au greffe du Tribunal le 29 juillet 2008,

à la suite de l'audience du 11 mars 2009,

rend le présent

Arrêt

Antécédents du litige

1 Le 1er avril 1996, l'intervenante, Deere & Company, a présenté auprès de l'Office de l'harmonisation dans le marché intérieur (marques, dessins et modèles) (OHMI), en vertu du règlement (CE) nº 40/94 du Conseil, du 20 décembre 1993, sur la marque communautaire (JO 1994, L 11, p. 1), tel que modifié [remplacé par le règlement (CE) nº 207/2009 du Conseil, du 26 février 2009, sur la marque communautaire (JO L 78, p. 1)], une demande d'enregistrement en tant que marque communautaire du signe suivant :



2 Les produits pour lesquels l'enregistrement a été demandé relèvent des classes 7 et 12 au sens de l'arrangement de Nice concernant la classification internationale des produits et des services aux fins de l'enregistrement des marques, du 15 juin 1957, tel que révisé et modifié, et correspondent, pour chacune de ces classes, à la description suivante :

— classe 7 : « Machines de travail destinées à l'agriculture et à la sylviculture tractées, tirées ou automobiles » ;

— classe 12 : « Machines de travail destinées à l'agriculture et à la sylviculture automobiles, en particulier tracteurs, petits tracteurs, motoculteurs et remorques ».

3 Les couleurs visées par la demande d'enregistrement ont été désignées suivant le système de Munsell : 9.47 GY3.57/7.45 (vert) et 5.06 Y7.63/10.66 (jaune). La description précise que « le corps du véhicule est vert [et que] les roues sont jaunes », comme l'illustre une vue jointe à la demande et reproduite ci-après :



4 Le 20 novembre 2001, l'intervenante a obtenu l'enregistrement de cette marque (ci-après la « marque contestée »).

5 Le 5 janvier 2004, la requérante, BCS SpA, a présenté une demande en nullité concernant l'ensemble des produits protégés par l'enregistrement de la marque contestée, sur le fondement des dispositions combinées de l'article 51, paragraphe 1, sous a), et de l'article 7, paragraphe 1, sous b), du règlement nº 40/94 [devenus article 52, paragraphe 1, sous a), et article 7, paragraphe 1, sous b), du règlement nº 207/2009] ainsi que des dispositions combinées de l'article 52, paragraphe 1, sous c), et de l'article 8, paragraphe 4, dudit règlement [devenus article 53, paragraphe 1, sous c), et article 8, paragraphe 4, du règlement nº 207/2009].

6 À l'appui de sa demande en nullité, la requérante a fait valoir, premièrement, que la marque contestée était dépourvue de caractère distinctif au jour de la demande d'enregistrement et que la preuve du caractère distinctif acquis par l'usage, au sens de l'article 7, paragraphe 3, du règlement nº 40/94 (devenu article 7, paragraphe 3, du règlement nº 207/2009), était insuffisante.

7 Deuxièmement, la requérante a allégué que la marque contestée avait été enregistrée en dépit de l'existence d'une marque italienne non enregistrée, consistant également en une combinaison des couleurs verte et jaune. Elle a soutenu que l'usage de cette marque avant 1996 pour des « machines de travail destinées à l'agriculture, en particulier tracteurs, petits tracteurs, motoculteurs et remorques » en Belgique, au Danemark, en Grèce, en Espagne, en France, en Italie, aux Pays-Bas, en Autriche, au Portugal et au Royaume-Uni, lui conférait le droit d'interdire l'usage d'une marque plus récente.

8 Par décision du 30 novembre 2006, la division d'annulation de l'OHMI a rejeté la demande en nullité en ses deux moyens, considérant, d'une part, que la requérante n'était pas parvenue à contester avec succès la validité des éléments de preuve portant sur le caractère distinctif acquis par l'usage présentés par l'intervenante conformément à l'article 7, paragraphe 3, du règlement nº 40/94 et, d'autre part, que, bien que la requérante ait démontré qu'elle avait utilisé les couleurs verte et jaune sur diverses machines agricoles avant le dépôt de la marque contestée, elle n'avait cependant pas démontré que ce signe était perçu avant cette date par le public pertinent des territoires concernés comme une indication de l'origine commerciale.

9 Le 2 février 2007, la requérante a formé un recours tendant à l'annulation de la décision de la division d'annulation aux motifs que le caractère distinctif acquis par l'usage de la marque contestée n'avait pas été apprécié au regard de tous les territoires concernés et que la division d'annulation, bien qu'ayant admis que le signe dont la requérante est titulaire avait été utilisé sur le marché, avait conclu à tort qu'il n'était pas perçu par le public pertinent comme une indication d'origine.

10 Par décision de la deuxième chambre de recours de l'OHMI du 16 janvier 2008 (ci-après la « décision attaquée »), le recours a été rejeté dans son intégralité.

Procédure et conclusions des parties

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

— annuler la décision attaquée ;

— condamner l'OHMI aux dépens.

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

— rejeter le recours dans son intégralité ;

— condamner la requérante aux dépens.

13 Par décision du 5 mars 2009, le Tribunal a invité les parties à présenter leurs éventuelles observations sur certains documents au cours de l'audience.

En droit

14 À l'appui de son recours, la requérante invoque trois moyens, tirés de la violation, respectivement, de l'article 7, paragraphe 3, de l'article 8, paragraphe 4, et de l'article 73 du règlement nº 40/94 (devenu article 75 du règlement nº 207/2009).

Sur le premier moyen, tiré de la violation de l'article 7, paragraphe 3, du règlement nº 40/94

Arguments des parties

15 La requérante soutient, premièrement, que la chambre de recours a commis une erreur de droit en omettant de vérifier si la marque contestée (combinaison des couleurs verte et jaune) avait été utilisée en tant que marque, conformément aux conditions dégagées par la jurisprudence. À l'appui de cet argument, la requérante soutient que la chambre de recours a négligé d'effectuer une appréciation globale des éléments de preuve et s'est bornée à les examiner individuellement, sans coordination ou sans qu'ils soient considérés dans leur globalité.

16 Deuxièmement, la requérante allègue que la chambre de recours n'a pas correctement apprécié les preuves figurant dans le dossier, d'une part, parce que les documents présentés ne couvraient pas toute l'Union européenne ou du moins une partie substantielle de celle-ci et, d'autre part, parce que la valeur probante de ces éléments était faible au motif qu'ils montraient simplement que les couleurs étaient utilisées avec une marque verbale ou qu'ils émanaient de partenaires commerciaux de l'intervenante et non de sources indépendantes représentatives des consommateurs concernés.

17 Selon la requérante, il faut appliquer un seuil de preuve particulièrement élevé en examinant si la marque contestée a acquis un caractère distinctif par l'usage, dès lors que les couleurs n'ont pas un caractère distinctif intrinsèque, car elles sont principalement utilisées sur les produits à des fins décoratives et non à des fins d'indication d'origine. Cela serait d'autant plus vrai lorsque, comme en l'espèce, elles sont principalement utilisées avec une autre indication distinctive à laquelle les consommateurs concernés sont susceptibles de prêter davantage attention.

18 En outre, la requérante soutient que la chambre de recours a omis de vérifier si le public concerné avait effectivement perçu la combinaison des couleurs verte et jaune, sans accompagnement d'une autre marque figurative ou verbale, comme une indication de l'origine commerciale des produits en question. En effet, le dossier administratif contiendrait uniquement une étude de marché, concernant la perception du public concerné en Allemagne, dans laquelle le caractère distinctif de la marque contestée est évalué.

19 Troisièmement, la requérante considère, d'une part, que les données relatives aux volumes de vente, aux dépenses publicitaires et aux parts de marché ne concernent pas tous les territoires ou sont particulièrement faibles pour nombre d'entre eux et, d'autre part, que les déclarations des diverses associations ne font pas référence à l'usage exclusif de la marque contestée par l'intervenante, qu'elles sont postérieures au dépôt de la demande d'enregistrement de la marque contestée et qu'elles n'ont pas été faites devant notaire.

20 Au cours de l'audience, la requérante a également fait valoir que la représentation graphique de la marque contestée est à « géométrie variable », en ce sens qu'elle n'est ni claire ni précise, manquant aux exigences posées par la jurisprudence.

21 L'OHMI et l'intervenante concluent au rejet du présent moyen. En outre, l'OHMI a relevé, au cours de l'audience, que le moyen de la requérante tiré de la représentation graphique de la marque contestée constituait un moyen nouveau et était, par conséquent, irrecevable.

Appréciation du Tribunal

— Sur la recevabilité du grief soulevé au cours de l'audience

22 Il convient de constater que le grief tiré de la représentation graphique ambiguë de la marque contestée a trait à l'application de l'article 4 (devenu article 4 du règlement nº 207/2009) et de l'article 7, paragraphe 1, sous a), du règlement nº 40/94 [devenu article 7, paragraphe 1, sous a), du règlement nº 207/2009]. Or, dans sa requête, la requérante s'est bornée à reprocher à la chambre de recours d'avoir violé l'article 7, paragraphe 3, — qui permet de déroger à l'article 7, paragraphe 1, sous b), c) et d) [l'article 7, paragraphe 1, sous c) et d), étant devenu article 7, paragraphe 1, sous c) et d), du règlement nº 207/2009] — l'article 8, paragraphe 4, et l'article 73 du règlement nº 40/94.

23 Il s'ensuit que ce grief invoqué par la requérante au cours de l'audience relatif à la conformité de la marque contestée avec les exigences de la représentation graphique ne constitue pas l'ampliation d'un moyen soulevé dans la requête, mais constitue un moyen nouveau produit en cours d'instance. Partant, ce moyen est irrecevable en vertu de l'article 48, paragraphe 2, du règlement de procédure du Tribunal.

— Sur le bien-fondé du moyen tiré de la violation de l'article 7, paragraphe 3, du règlement nº 40/94

24 Il convient, à titre liminaire, de rappeler les principes dégagés par la jurisprudence concernant l'application de l'article 7, paragraphe 3, du règlement nº 40/94.

25 En ce qui concerne l'acquisition d'un caractère distinctif par l'usage, il ressort de la jurisprudence que l'identification par les milieux intéressés du produit ou du service comme provenant d'une entreprise déterminée doit être effectuée grâce à l'usage de la marque en tant que marque et, donc, grâce à la nature et à l'effet de celle-ci, qui la rendent propre à distinguer le produit concerné de ceux d'autres entreprises [voir, par analogie, arrêt de la Cour du 18 juin 2002, Philips, C-299/99, Rec. p. I-5475, point 64].

26 À cet égard, l'expression l'« usage de la marque en tant que marque » doit être comprise comme se référant seulement à un usage de la marque aux fins de l'identification par les milieux intéressés du produit ou du service comme provenant d'une entreprise déterminée (voir, par analogie, arrêt de la Cour du 7 juillet 2005, Nestlé, C-353/03, Rec. p. I-6135, point 29).

27 Par ailleurs, l'acquisition du caractère distinctif d'une marque peut résulter de son usage en combinaison avec une autre marque enregistrée ou en tant que partie de celle-ci (voir, en ce sens, arrêt de la Cour du 17 juillet 2008, L & D/OHMI et Sämann, C-488/06 P, Rec. p. I-5725, point 49, et la jurisprudence citée).

28 Il importe également de rappeler que l'article 7, paragraphe 3, du règlement nº 40/94 ne fait pas de distinction selon la nature des signes en cause. Partant, les couleurs ou les combinaisons de couleurs peuvent en elles-mêmes acquérir, pour les produits ou les services pour lesquels est demandé l'enregistrement, un caractère distinctif du fait de l'usage qui en a été fait, en vertu de l'article 7, paragraphe 3, du règlement nº 40/94 (voir,

en ce sens, arrêt de la Cour du 21 octobre 2004, KWS Saat/OHMI, C-447/02 P, Rec. p. I-10107, points 78 et 79, et la jurisprudence citée).

29 Le caractère distinctif d'un signe, y compris celui acquis par l'usage qui en a été fait, doit être apprécié par rapport, d'une part, aux produits ou aux services pour lesquels l'enregistrement de la marque est demandé et, d'autre part, à la perception présumée d'un consommateur moyen de la catégorie des produits ou des services en cause, normalement informé et raisonnablement attentif et avisé (voir, par analogie, arrêt Philips, précité, points 59 et 63).

30 Dans ce contexte, l'autorité compétente doit apprécier globalement les éléments qui peuvent démontrer que le signe revendiqué est devenu apte à identifier le produit concerné comme provenant d'une entreprise déterminée (voir, par analogie, arrêt de la Cour du 4 mai 1999, Windsurfing Chiemsee, C-108/97 et C-109/97, Rec. p. I-2779, point 49).

31 En outre, il est de jurisprudence constante que, aux fins de l'appréciation de l'acquisition par une marque d'un caractère distinctif à la suite de l'usage qui en a été fait, peuvent être prises en considération, notamment, la part de marché détenue par la marque, l'intensité, l'étendue géographique et la durée de l'usage de cette marque, l'importance des investissements faits par l'entreprise pour la promouvoir, la proportion des milieux intéressés qui identifie le produit comme provenant d'une entreprise déterminée grâce à la marque ainsi que les déclarations de chambres de commerce et d'industrie ou d'autres associations professionnelles (voir, par analogie, arrêts Windsurfing Chiemsee, précité, point 51 ; Philips, précité, point 60, et Nestlé, précité, point 31).

32 C'est au vu des considérations qui précèdent qu'il convient d'examiner le présent moyen.

33 En ce qui concerne l'allégation selon laquelle la chambre de recours aurait négligé d'effectuer une appréciation globale des éléments de preuve et se serait bornée à les examiner individuellement sans les prendre en considération dans leur globalité, il y a lieu de constater qu'il ressort de la décision attaquée que, bien que la chambre de recours ait examiné chaque élément de preuve, elle a également estimé que tous les éléments de preuve déposés par l'intervenante étaient « cohérents et se corrobor[ai]ent mutuellement » (point 33 de la décision attaquée).

34 Il découle également des points 32, 36 à 38 et 41 de la décision attaquée que la conclusion de la chambre de recours relative à l'acquisition d'un caractère distinctif est fondée, d'une part, sur la prise en compte d'un ensemble d'éléments prouvant l'usage prolongé et intensif de la marque contestée, et, d'autre part, sur le fait que cet usage a permis au public visé d'identifier l'origine commerciale des produits portant ledit signe.

35 S'agissant du grief selon lequel la chambre de recours a commis une erreur en omettant de vérifier si la marque contestée avait été utilisée en tant que marque, il y a lieu de rappeler qu'il est vrai que tout usage d'un signe, en particulier l'utilisation d'une combinaison de deux couleurs, ne constitue pas nécessairement un usage en tant que marque (voir points 25 et 26 ci-dessus).

36 Toutefois, en l'occurrence, dans le cadre de son appréciation du bien-fondé de l'enregistrement de la marque contestée, la chambre de recours a, aux points 32 et 38 de la décision attaquée, notamment pris en compte les déclarations d'associations professionnelles selon lesquelles la combinaison des couleurs verte et jaune renvoyait aux machines agricoles manufacturées par l'intervenante et le fait que l'intervenante avait utilisé d'une manière cohérente, dans l'Union européenne, la même combinaison de couleurs sur ses machines pendant une période considérable avant 1996.

37 Ces deux éléments suffisent pour conclure que l'usage de la combinaison des couleurs verte et jaune n'était pas purement stylistique, mais a permis au public concerné d'identifier l'origine commerciale des produits portant ladite combinaison de couleurs. Partant, le grief de la requérante selon lequel la chambre de recours a violé l'article 7,

paragraphe 3, du règlement nº 40/94, en omettant de vérifier si la combinaison des couleurs verte et jaune avait été utilisée en tant que marque ne saurait prospérer.

38 En ce qui concerne le grief selon lequel les preuves figurant dans le dossier de la chambre de recours ne concernaient pas tous les États membres de l'Union européenne au 1er avril 1996, il y a lieu de relever ce qui suit.

39 Tout d'abord, il importe de souligner que, bien qu'il faille établir que la marque contestée a acquis un caractère distinctif dans l'ensemble de la Communauté (voir, en ce sens, arrêt de la Cour du 22 juin 2006, Storck/OHMI, C-25/05 P, Rec. p. I-5719, point 83), il n'est nullement exigé que les mêmes types d'éléments de preuve soient apportés pour chaque État membre.

40 Le fait que, à l'exception de l'Allemagne, le dossier ne contenait pas de sondage d'opinion visant à évaluer la perception, par le public pertinent dans l'Union européenne, de la marque contestée ne saurait donc entraîner l'annulation de la décision attaquée.

41 L'absence de sondage d'opinion n'exclut pas qu'il soit démontré qu'un signe a acquis un caractère distinctif par l'usage, cette démonstration pouvant être apportée par d'autres éléments (voir point 31 ci-dessus). En effet, il découle de l'arrêt Windsurfing Chiemsee, précité (points 49 à 53), que la réalisation d'un sondage d'opinion ne constitue pas une nécessité absolue aux fins de conclure qu'un signe a acquis un caractère distinctif par l'usage.

42 S'agissant des données chiffrées, il convient de constater que les seuls chiffres ne figurant pas dans le dossier de la chambre de recours sont les chiffres d'affaires réalisés en Finlande et en Irlande. Toutefois, pour ces deux États membres ainsi que pour les autres États membres de l'Union européenne au 1er avril 1996, l'intervenante avait

déposé devant l'OHMI des données détaillées sur ses parts de marché et ses volumes de vente entre 1970 et 1996 ainsi que sur ceux de ses concurrents.

43 S'agissant de l'allégation selon laquelle les parts de marché détenues par l'intervenante auraient été trop faibles pour être de nature à prouver une diffusion profonde et durable sur le marché, il convient de relever que les produits en cause constituent des biens de production dont le prix est élevé et dont l'acquisition est précédée d'un processus lors duquel le consommateur s'informe attentivement sur la gamme de l'offre en comparant et en inspectant les différents modèles concurrents.

44 Sur un tel marché, il n'est pas nécessaire qu'une marque atteigne une part de marché importante pour qu'il puisse être conclu qu'elle a été gardée en mémoire par les consommateurs pertinents. Il suffit pour cela qu'il soit établi que la marque contestée a eu une présence solide et prolongée sur le marché.

45 En l'espèce, il ressort du dossier de la chambre de recours, d'une part, que l'intervenante a utilisé dans l'Union européenne, de manière cohérente, la même combinaison de couleurs sur toutes ses machines agricoles pendant une période considérable avant 1996 et, d'autre part, que dans les pays où la requérante estime que la part de marché de l'intervenante a été particulièrement faible, la présence de l'intervenante précède la date de demande d'enregistrement d'au moins 30 ans, puisque cette présence remonte en Autriche à 1966, en Finlande à 1939, en Grèce à 1949 et en Italie à 1953 (points 5 et 38 de la décision attaquée). Ces faits n'ont pas été contestés par la requérante.

46 Il découle de ce qui précède que, s'il est vrai que la marque contestée a été utilisée et promue en combinaison avec la marque verbale John Deere et que les dépenses publicitaires de l'intervenante dans l'Union européenne ont été présentées en bloc et non individuellement pour chaque pays, c'est à tort que la requérante prétend qu'il n'a pas été prouvé, à suffisance de droit, que l'intervenante avait utilisé la combinaison des couleurs verte et jaune sur ses produits en tant que marque et que la diffusion de ses produits avait été profonde et durable dans tous les États membres de l'Union européenne au 1er avril 1996.

47 Partant, il convient d'examiner si cet usage et cette diffusion ont été suffisants pour permettre au public pertinent d'identifier, par l'intermédiaire de la marque contestée, l'origine commerciale des produits visés.

48 À cet égard, la requérante remet en question la pertinence et la valeur probante des déclarations des diverses associations prises en compte par la chambre de recours. Elle reproche le fait que ces déclarations n'ont pas été faites spontanément, que leur contenu a été dicté ou du moins coordonné par l'intervenante, qu'elles ne faisaient pas référence à l'usage exclusif de la marque contestée par l'intervenante, qu'elles ont été émises après la période de référence et n'ont pas été faites devant notaire, et que les entités déclarantes n'étaient ni représentatives du public pertinent ni indépendantes, puisqu'elles étaient dans la plupart des cas des partenaires commerciaux de l'intervenante.

49 Quant à la date des déclarations, il y a lieu de relever que le fait qu'elles ont été signées en 2000 n'implique pas qu'elles soient dénuées de valeur probante aux fins d'apprécier l'acquisition d'un caractère distinctif par l'usage à la date du dépôt de la demande d'enregistrement de la marque contestée (voir, en ce sens, arrêt de la Cour du 17 avril 2008, Ferrero Deutschland/OHMI et Cornu, C-108/07 P, non publié au Recueil, point 53). Par ailleurs, l'article 51, paragraphe 2, du règlement nº 40/94 (devenu article 52, paragraphe 2, du règlement nº 207/2009) interdit l'annulation de l'enregistrement de la marque contestée s'il est établi qu'elle a acquis un caractère distinctif avant la date de la demande en nullité, en l'espèce, le 5 janvier 2004. Partant, le grief de la requérante selon lequel les déclarations déposées ne sont pas pertinentes, puisqu'elles ne visent pas nécessairement la période antérieure au 1er avril 1996, est, en tout état de cause, inopérant.

50 S'agissant de la question du défaut de spontanéité des associations et du rôle de l'intervenante dans l'élaboration des déclarations déposées, il importe de relever que le fait que lesdites déclarations ont été formulées à la suite de la demande de l'intervenante et que celle-ci ait éventuellement coordonné leurs préparations n'infirme pas, en soi, leur contenu et leur valeur probante.

51 En l'absence de preuve contraire, il y a en effet lieu de présumer que chaque association a signé sa déclaration de son plein gré et en assume le contenu. En outre, la valeur probante d'une déclaration ne saurait être niée au motif qu'elle n'a pas été faite devant notaire [arrêt du Tribunal du 10 septembre 2008, Boston Scientific/OHMI — Terumo (CAPIO), T-325/06, non publié au Recueil, point 41].

52 Par ailleurs, il importe de relever que l'allégation de la requérante selon laquelle les déclarations provenant des distributeurs de machines agricoles et des associations de producteurs de machines agricoles ne sont pas fiables ne saurait être retenue.

53 Tout d'abord, il ne ressort nullement de la jurisprudence que seules les déclarations faites par des associations représentant les consommateurs peuvent être prises en compte. Au contraire, la formulation utilisée à cet égard par la Cour, à savoir les « déclarations de chambres de commerce et d'industrie ou d'autres associations professionnelles » (arrêt Windsurfing Chiemsee, précité, point 51), englobe également les déclarations provenant d'associations de producteurs et/ou de distributeurs.

54 Partant, il importe seulement en l'occurrence de déterminer si les diverses associations ayant émis des déclarations peuvent être considérées comme étant indépendantes, de sorte qu'elles ont pu formuler leurs déclarations sans prendre en compte l'intérêt spécifique de l'intervenante.

55 En ce qui concerne les associations des agriculteurs et les associations de producteurs de machines agricoles, dont l'objectif essentiel est de sauvegarder et de promouvoir les intérêts du secteur qu'elles représentent et organisent, il convient de constater que la requérante n'a avancé aucun indice visant à démontrer leur partialité ou leur intérêt à ce que l'intervenante obtienne l'enregistrement d'une marque auquel elle n'aurait pas droit. Partant, c'est à bon droit que la chambre de recours a tenu compte des déclarations de ces associations.

56 En ce qui concerne l'indépendance des entités qui ont agi en qualité de distributeur pour l'intervenante en Finlande et en Italie, il suffit de constater que leurs déclarations ne font que corroborer celles de l'association de producteurs de machines agricoles en Italie et de l'association représentant les agriculteurs en Finlande. Or, comme cela a été constaté au point 55 ci-dessus, la requérante n'a avancé aucun élément susceptible de remettre en cause la valeur probante des déclarations de ces deux associations. Il s'ensuit que la prise en compte par la chambre de recours des déclarations des distributeurs finlandais et italiens ne saurait entraîner l'annulation de la décision attaquée.

57 S'agissant de l'argument selon lequel les déclarations n'apporteraient pas la preuve d'un « usage exclusif » de la marque contestée par l'intervenante, il y a lieu d'observer que c'est l'association que fait le public entre la marque et une origine commerciale, et non l'usage exclusif de la marque, qui est pertinente.

58 En l'espèce, à l'exception de celles portant sur l'Irlande et le Danemark, les déclarations des diverses associations font état de ce que la combinaison des couleurs verte et jaune, utilisée en relation avec des machines agricoles, est associée, dans le secteur concerné, à l'intervenante. Le sondage d'opinion en Allemagne corrobore cette affirmation.

59 S'agissant de l'Irlande et du Danemark, les déclarations produites indiquent que la combinaison de couleurs susmentionnée est associée à des produits de plusieurs producteurs et pas uniquement à ceux de l'intervenante. Toutefois, cela ne saurait entraîner l'annulation de la décision attaquée.

60 Premièrement, il convient de relever que la chambre de recours a apprécié l'acquisition du caractère distinctif de la marque contestée en se fondant sur un faisceau d'indices, notamment les déclarations de diverses associations et le sondage d'opinion réalisé en Allemagne, ainsi que sur le fait que les produits de l'intervenante ont été solidement présents sur l'ensemble des marchés pertinents pendant une période significative et que l'intervenante avait, d'une manière intensive et prolongée, utilisé la combinaison des couleurs verte et jaune en tant que marque sur lesdits produits.

61 Deuxièmement, il importe de souligner qu'il ressort du point 5 de la décision attaquée que l'intervenante est présente sur le marché danois depuis 1947 et sur le marché irlandais depuis 1951. En outre, il ressort du dossier de la chambre de recours que l'intervenante a connu une présence solide sur ces deux marchés depuis 1970 et comparable à sa présence dans plusieurs autres États membres à cette date.

62 Dès lors, il ne saurait être reproché à la chambre de recours d'avoir conclu qu'il avait été prouvé à suffisance de droit que la marque contestée avait acquis un caractère distinctif au sens de l'article 7, paragraphe 3, du règlement nº 40/94, le 1er avril 1996, date du dépôt de la demande d'enregistrement de la marque contestée.

63 Il découle de tout ce qui précède que le premier moyen de la requérante ne saurait prospérer.

Sur les deuxième et troisième moyens, tirés de la violation, respectivement, de l'article 8, paragraphe 4, et de l'article 73 du règlement nº 40/94

Arguments des parties

64 Dans le cadre des deuxième et troisième moyens, la requérante soutient, en substance, qu'ont été appliqués dans la décision attaquée, au regard de sa marque italienne non enregistrée couvrant les couleurs verte et jaune, des critères plus stricts que ceux appliqués lors de l'examen de la demande d'enregistrement de la marque contestée, alors que les conditions d'acquisition de droits sur la marque sont, pour l'essentiel, les mêmes dans les deux cas. Partant, la chambre de recours aurait violé non seulement l'article 8, paragraphe 4, du règlement nº 40/94, mais également l'article 73 dudit règlement, dans la mesure où son raisonnement serait insuffisant et contradictoire.

65 L'OHMI et l'intervenante concluent au rejet de ces moyens.

Appréciation du Tribunal

66 S'agissant du moyen tiré de la violation de l'article 73 du règlement nº 40/94, il y a lieu de constater qu'il est non fondé.

67 En effet, il ressort de la jurisprudence que la motivation exigée par l'article 73 du règlement nº 40/94 doit faire apparaître de façon claire et non équivoque le raisonnement de l'auteur de l'acte. Cette obligation a pour double objectif de permettre, d'une part, aux intéressés de connaître les justifications de la mesure prise afin de défendre leurs droits et, d'autre part, au juge communautaire d'exercer son contrôle sur la légalité de la décision [voir arrêt du Tribunal du 21 novembre 2007, Wesergold Getränkeindustrie/OHMI — Lidl Stiftung (VITAL FIT), T-111/06, non publié au Recueil, point 62, et la jurisprudence citée].

68 Il convient également de rappeler qu'une contradiction dans la motivation d'une décision constitue une violation de l'obligation qui découle de l'article 73 du règlement nº 40/94, de nature à affecter la validité de l'acte en cause s'il est établi que, en raison de cette contradiction, le destinataire de l'acte n'est pas en mesure de connaître les motifs réels de la décision, en tout ou en partie, et que, de ce fait, le dispositif de l'acte est, en tout ou en partie, dépourvu de tout support juridique (voir, en ce sens, arrêt du Tribunal du 24 janvier 1995, Tremblay e.a./Commission, T-5/93, Rec. p. II-185, point 42).

69 En l'espèce, la requérante ne prétend pas qu'elle n'a pas été en mesure de connaître les raisons pour lesquelles la chambre de recours a adopté la décision attaquée. Elle fait plutôt valoir que la chambre de recours a apprécié des éléments de preuve comparables d'une façon différente et qu'elle a, par conséquent, tiré des conclusions divergentes au vu d'éléments similaires. Cependant, une telle approche, à supposer qu'elle soit établie,

ne saurait constituer une violation de l'article 73 du règlement nº 40/94, mais uniquement celle de l'article 8, paragraphe 4, dudit règlement.

70 S'agissant de la prétendue violation de l'article 8, paragraphe 4, du règlement nº 40/94, la requérante prétend que la chambre de recours a conclu qu'elle n'avait pas acquis un droit de marque de fait sur le marché italien, alors même que les couleurs de son signe étaient identiques à celles de la marque contestée, que les preuves apportées étaient de même valeur, voire de valeur supérieure, et que les conditions d'acquisition d'une signification secondaire étaient les mêmes.

71 Dans ce contexte, il y a lieu de relever que la charge de preuve qui incombe à la requérante au titre de l'article 8, paragraphe 4, du règlement nº 40/94 correspond à celle qui incombe à l'intervenante au titre de l'article 7, paragraphe 3, dudit règlement.

72 Cependant, force est de constater que, en l'espèce, il ressort des faits non contestés que les éléments produits par la requérante devant la chambre de recours étaient, dans l'ensemble, d'une valeur probante moindre que ceux produits par l'intervenante.

73 Premièrement, il est constant entre les parties que la requérante a cessé, au moins entre 1973 et 1982, d'utiliser la combinaison des couleurs verte et jaune sur ses produits en Italie. Bien qu'il ait été possible pour la requérante d'acquérir un droit non enregistré sur son signe par l'usage entre 1983 et 1996, elle ne l'a pas fait. Il ressort également des constatations opérées aux points 45 et 46 de la décision attaquée, que la requérante ne conteste pas, que celle-ci n'a pas utilisé la combinaison des couleurs verte et jaune d'une manière cohérente et uniforme. Au contraire, elle a utilisé plusieurs tons de vert et de jaune ainsi qu'une combinaison des couleurs verte et blanche.

74 Il s'ensuit que la suspension de l'utilisation de la combinaison des couleurs verte et jaune comme marque ainsi que l'usage variable desdites couleurs ont été de nature à

empêcher le public d'associer de manière systématique la requérante à une combinaison de couleurs précise.

75 Deuxièmement, c'est à bon droit que la chambre de recours a considéré la valeur probante des déclarations faites par d'anciens salariés de la requérante comme douteuse. Ainsi qu'il ressort des points 46 et 54 de la décision attaquée, lesdites déclarations n'ont pas été corroborées par d'autres éléments de preuve figurant au dossier, et elles ont même été partiellement contredites.

76 Troisièmement, il ne saurait être reproché à la chambre de recours d'avoir conclu que l'étude de marché présentée par la requérante n'était pas persuasive. À cet égard, il convient de souligner que c'est à bon droit que la chambre de recours a relevé, aux points 57 et 58 de la décision attaquée, que les participants à cette étude, contrairement à celle effectuée par l'intervenante, n'avaient pas été interrogés sur la raison pour laquelle ils donnaient une réponse particulière et qu'il ne leur avait pas été présenté d'image différente, dans une couleur différente, afin de garantir qu'ils ne reconnaissaient pas l'image grâce à des critères autres que la couleur. Ces faits ne sont pas contestés par la requérante. Partant, il ne peut pas être établi si, au terme de l'enquête de la requérante, les participants ont reconnu les produits de la requérante grâce uniquement à leurs couleurs et non à leur forme ou à d'autres éléments.

77 Il convient également de constater que c'est à juste titre que la chambre de recours a conclu que la valeur probante de l'enquête de la requérante était sensiblement inférieure à celle de l'enquête produite par l'intervenante, dès lors qu'il avait été demandé aux personnes interrogées dans le cadre de l'enquête de la requérante de reconstituer de mémoire leur perception des marques dix ans plus tôt.

78 Il ressort de ce qui précède qu'il y a lieu de rejeter les deuxième et troisième moyens.

79 Le recours est donc rejeté.

Sur les dépens

80 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, conformément aux conclusions de l'OHMI et de l'intervenante.

Par ces motifs,

LE TRIBUNAL (huitième chambre)

déclare et arrête :

1) Le recours est rejeté.

2) BCS SpA est condamnée aux dépens.

Martins Ribeiro Wahl Dittrich

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

Signatures