ARRÊT DU TRIBUNAL (deuxième chambre)

6 octobre 2004 *

Dans les affaires jointes T-117/03 à T-119/03 et T-171/03,

New Look Ltd, établie à Weymouth, Dorset (Royaume-Uni), représentée par M^es^ R. Ballester et G. Marín, avocats,

partie requérante,

contre

Office de l'harmonisation dans le marché intérieur (marques, dessins et modèles) (OHMI), représenté par M. O. Montalto et M^mes^ J. García Murillo et S. Laitinen, en qualité d'agents,

partie défenderesse,

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

Naulover, SA, établie à Barcelone (Espagne),

* Langue de procédure: l'espagnol.

ayant pour objet quatre recours formés contre les décisions de la première chambre de recours de l'OHMI du 27 janvier 2003 (R 95/2002-1, R 577/2001-1, R 578/2001-1) et du 15 avril 2003 (R 19/03-1), relatives à des procédures d'opposition entre Naulover, SA, et New Look Ltd,

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

composé de MM. J. Pirrung, président, A. W. H. Meij et N. J. Forwood, juges, greffier: M. J. Palacio González, administrateur principal,

vu les requêtes déposées au greffe du Tribunal le 4 avril 2003 (affaires T-117/03 à T-119/03) et le 19 mai 2003 (affaire T-171/03),

vu les mémoires en réponse de l'OHMI déposés au greffe du Tribunal le 25 septembre 2003 (affaires T-117/03 à T-119/03) et le 8 octobre 2003 (affaire T-171/03),

vu l'ordonnance du président de la deuxième chambre du Tribunal du 1er avril 2004 portant jonction des affaires aux fins de l'audience et de l'arrêt,

à la suite de l'audience du 28 avril 2004 à laquelle la requérante n'a pas participé,

rend le présent

Arrêt

Antécédents du litige

1 Le 5 mai 1998 (dans les affaires T-117/03 à T-119/03) et le 19 février 1999 (dans l'affaire T-171/03), la requérante a demandé, 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, l'enregistrement de quatre marques communautaires à l'Office de l'harmonisation dans le marché intérieur (marques, dessins et modèles) (OHMI).

2 Les marques dont l'enregistrement a été demandé sont les signes figuratifs suivants:

— dans l'affaire T-117/03: NLSPORT

— dans l'affaire T-118/03: NLJEANS

— dans l'affaire T-119/03: NLACTIVE

— dans l'affaire T-171/03: NLCollection

3 Les produits pour lesquels les enregistrements ont été demandés et qui intéressent le présent litige relèvent de la classe 25 de l'arrangement de Nice concernant la

classification internationale des produits et des services aux fins de l'enregistrement des marques, du 15 juin 1957, tel que révisé et modifié, et correspondent à la description suivante: «vêtements, chapellerie et chaussures pour femmes et filles» pour les marques demandées NLSPORT, NLJEANS et NLACTIVE, et «articles d'habillement, chaussures et chapellerie» pour la marque demandée NLCollection.

4 Le 11 juin 1999 (affaires T-117/03 à T-119/03) et le 3 janvier 2000 (affaire T-171/03), l'autre partie à la procédure devant la chambre de recours a, sur le fondement de l'article 42, paragraphe 1, du règlement nº 40/94, formé opposition contre chacune des demandes de marque communautaire.

5 L'opposition, dans chacune des affaires, s'est appuyée sur l'existence de la marque communautaire figurative nº 13417 (ci-après la «marque antérieure»), demandée le 1er avril 1996 et enregistrée le 1er février 1999, reproduite ci-après:



6 Cette marque est enregistrée, notamment, pour les produits suivants, qui relèvent tous de la classe 25 de l'arrangement de Nice: «chandails; jerseys; gilets; vestes; jupes; pantalons; chemises; blouses; peignoirs; lingerie; robes de chambre; maillots de bain; imperméables; robes; bas; chaussettes; foulards; cravates; chapellerie et gants (vêtements)».

7 À l'appui de ses oppositions, l'autre partie à la procédure devant l'OHMI a invoqué le motif relatif de refus visé à l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement nº 40/94.

8 Par décisions du 10 avril 2001 (décision n° 939/2001 dans l'affaire T-119/03), du 27 avril 2001 (décision n° 1106/2001 dans l'affaire T-118/03), du 23 novembre 2001 (décision n° 2765/2001 dans l'affaire T-117/03) et du 29 octobre 2002 (décision n° 3138/2002 dans l'affaire T-171/03), la division d'opposition a rejeté les oppositions. En substance, la division d'opposition a considéré que les marques en cause étaient différentes sur les plans visuel et phonétique et que, sur le plan conceptuel, aucune des marques n'était dotée d'un sens particulier.

9 Le 7 juin 2001 (affaires T-118/03 et T-119/03), le 22 janvier 2002 (affaire T-117/03) et le 24 décembre 2002 (affaire T-171/03), l'autre partie à la procédure devant la chambre de recours a formé un recours contre chacune des décisions de la division d'opposition.

10 Par décisions du 27 janvier 2003 (affaires T-117/03 à 119/03) et du 15 avril 2003 (affaire T-171/03), la première chambre de recours de l'OHMI a annulé les décisions de la division d'opposition et a rejeté les demandes de marque communautaire de la requérante pour tous les produits relevant de la classe 25 de l'arrangement de Nice. En substance, la chambre de recours a, d'abord, estimé que l'élément prépondérant de chacune des marques demandées était la combinaison de lettres «NL», étant donné que les mots «sport», «jeans», «active» et «collection» ne possèdent qu'un faible caractère distinctif dans le secteur de l'habillement. Elle a, ensuite, constaté que les marques communautaires en conflit présentaient une faible similitude visuelle en raison de la conception particulière de la graphie de la marque antérieure, d'une part, et de la présence des mots «sport», «jeans», «active» et «collection» dans les marques demandées NLSPORT, NLJEANS, NLACTIVE et NLCollection, d'autre part. En revanche, la chambre de recours a considéré que les marques communautaires en conflit étaient similaires sur les plans phonétique et conceptuel parce que la combinaison de lettres «NL» qui constitue la marque antérieure est reproduite, en tant qu'élément dominant, dans les marques demandées NLSPORT, NLJEANS, NLACTIVE et NLCollection. La chambre de recours a estimé que, dans le secteur de l'habillement, il était fréquent qu'une même marque présente différentes configurations selon le type de produits qu'elle désigne et qu'il était habituel d'utiliser des sous-marques pour distinguer les différentes gammes de produits. Elle a considéré que, de ce fait, le consommateur pourrait être incité à penser que les produits des marques demandées NLSPORT, NLJEANS et

NLACTIVE appartiennent à des lignes de production à caractère jeune ou, pour ce qui est de la marque demandée NLCollection, qu'il s'agit de nouveaux modèles présentés chaque saison, tandis que les produits de la marque antérieure relèvent d'une gamme de vêtements plus sophistiquée. La chambre de recours en a déduit qu'il existait un risque de confusion au sens de l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement nº 40/94.

Conclusions des parties

11 La requérante conclut, dans chacune des affaires, à ce qu'il plaise au Tribunal:

— annuler la décision de la chambre de recours;

— condamner l'OHMI et, le cas échéant, la partie intervenante aux dépens engendrés par la présente procédure ainsi que par la procédure devant la chambre de recours.

12 L'OHMI conclut, dans chacune des affaires, à ce qu'il plaise au Tribunal:

— rejeter le recours;

— condamner la requérante aux dépens.

En droit

Arguments des parties

13 Hormis quelques détails minimes, les moyens et arguments des parties sont identiques dans les quatre présentes affaires. À l'appui de ses recours, la requérante soulève un moyen unique, tiré d'une violation de l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 40/94.

14 Premièrement, la requérante fait valoir que la chambre de recours a analysé les marques demandées de façon erronée en mettant l'accent sur la combinaison de lettres «NL» et en séparant ainsi cette dernière des mots qui suivent, à savoir «sport», «jeans», «active» et «collection».

15 Deuxièmement, la requérante considère que la combinaison de lettres «NL» n'est ni l'élément dominant de chacune des marques demandées ni l'élément constitutif de la marque communautaire antérieure. En ce qui concerne, d'abord, les marques demandées, la requérante s'oppose à l'appréciation selon laquelle les vocables «sport», «jeans», «active» et «collection» ont un caractère distinctif faible dans le secteur concerné. En ce qui concerne, ensuite, la marque antérieure, la requérante fait valoir qu'il est impossible de déterminer avec certitude de quelles lettres elle est constituée. Selon la requérante, il pourrait s'agir, outre les lettres «NL», des lettres «ALV», «AVOL», «AOL» ou «AL». De plus, elle estime que, si le consommateur percevait la marque antérieure à l'envers, il lui serait possible de discerner les lettres «JRV» ou «JPV». Enfin, la requérante ajoute que, selon une jurisprudence et une doctrine constantes, les marques composées de deux ou trois lettres seulement présentent un caractère distinctif faible, inhérent à leur nature, et que ces lettres ne sauraient donc constituer l'élément dominant d'un signe. À l'appui de sa thèse, la requérante renvoie au point 8.3 des directives d'examen de l'OHMI et cite un arrêt du Tribunal Supremo (Cour suprême espagnole) du 21 janvier 1993 selon lequel il est impossible de s'approprier, sous l'aspect phonétique, des lettres déterminées de l'alphabet. Elle invoque en outre la coexistence de plusieurs enregistrements de marques nationales et communautaires comprenant la combinaison de lettres «NL».

16 Troisièmement, en ce qui concerne l'aspect visuel des signes en cause, la requérante souligne que la marque antérieure est un signe doté d'un «caractère baroque accentué». La chambre de recours aurait méconnu l'importance de ce caractère figuratif.

17 Quatrièmement, la requérante considère que le raisonnement de la chambre de recours concernant la similitude phonétique des signes est incohérent en ce que celle-ci constate simultanément la similitude et l'identité phonétiques des marques en question. De plus, la requérante fait grief à la chambre de recours d'avoir focalisé l'examen comparatif sur le binôme «NL».

18 La requérante fait valoir, enfin, que le consommateur moyen dans le secteur de l'habillement est particulièrement attentif aux marques lors de l'acquisition d'articles vestimentaires, de sorte qu'il est difficile de l'induire en erreur.

19 Selon l'OHMI, la critique de la requérante n'est pas fondée. Il considère qu'il existe un risque de confusion entre la marque antérieure et les marques demandées pour les raisons exposées dans les décisions de la chambre de recours.

20 L'OHMI conteste la thèse selon laquelle le consommateur moyen dans le secteur de l'habillement est particulièrement avisé et attentif. Lors de l'audience, l'OHMI a précisé que le degré d'attention que le consommateur porte à la marque dépend notamment de la valeur du produit concerné et du degré de spécialisation du public visé. En l'espèce, la requérante se serait limitée à affirmer, sans aucune explication étayée, que le degré d'attention que le consommateur porte aux marques est plus élevé dans le secteur de l'habillement que dans d'autres secteurs.

21 Selon l'OHMI, les signes en conflit présentent une similitude sur les plans auditif et conceptuel. Lors de l'audience, l'OHMI a précisé que la circonstance que l'élément prépondérant de ces signes consiste en une combinaison de lettres n'implique pas d'attribuer plus de poids aux éléments de différence visuels qu'à la similitude phonétique et conceptuelle des signes. L'OHMI reconnaît que, en règle générale, l'élément figuratif permet de conférer un caractère distinctif à un signe constitué d'une lettre ou d'une combinaison de deux lettres, mais il souligne que l'examen du risque de confusion est aussi régi par d'autres principes. Selon lui, dès lors qu'un signe possède effectivement un caractère distinctif, même faible, et qu'il a valablement été enregistré en tant que marque, cette marque jouit de la protection de l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement nº 40/94. L'OHMI n'exclut pas la possibilité de pondérer les aspects — visuel, phonétique et conceptuel — de la similitude des signes en cause selon les réalités de la commercialisation des produits sur le marché concret. Vu l'identité des produits désignés, et étant donné que l'utilisation de sous-marques est courante dans le secteur en cause, l'OHMI estime que, en l'espèce, il y a un risque de confusion.

Appréciation du Tribunal

22 Aux termes de l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement nº 40/94, sur opposition du titulaire d'une marque antérieure, la marque demandée est refusée à l'enregistrement lorsque, en raison de son identité ou de sa similitude avec la marque antérieure et en raison de l'identité ou de la similitude des produits ou des services que les deux marques désignent, il existe un risque de confusion dans l'esprit du public du territoire dans lequel la marque antérieure est protégée. En vertu de l'article 8, paragraphe 2, sous a), i), du règlement nº 40/94, il convient d'entendre par marques antérieures, notamment, les marques communautaires dont la date de dépôt est antérieure à celle de la demande de marque communautaire.

23 Selon une jurisprudence constante, constitue un risque de confusion le risque que le public puisse croire que les produits ou les services en cause proviennent de la même entreprise ou, le cas échéant, d'entreprises liées économiquement.

24 Selon cette même jurisprudence, le risque de confusion doit être apprécié globalement, selon la perception que le public pertinent a des signes et des produits ou services en cause, et en tenant compte de tous les facteurs pertinents en l'espèce, notamment de l'interdépendance entre la similitude des signes et celle des produits ou services désignés [arrêt du Tribunal du 9 juillet 2003, Laboratorios RTB/OHMI — Giorgio Beverly Hills (GIORGIO BEVERLY HILLS), T-162/01, Rec. p. II-2821, points 31 à 33, et la jurisprudence citée].

25 En l'espèce, les produits concernés (les vêtements, voire les vêtements pour femmes et filles) sont des produits de consommation courante [arrêts du Tribunal du 23 octobre 2002, Oberhauser/OHMI — Petit Liberto (Fifties), T-104/01, Rec. p. II-4359, point 29, et du 14 octobre 2003, Phillips-Van Heusen/OHMI — Pash Textilvertrieb und Einzelhandel (BASS), T-292/01, Rec. p. II-4335, point 43]. La marque sur laquelle l'opposition est fondée est issue d'un enregistrement communautaire. Il s'ensuit que le public par rapport auquel l'analyse du risque de confusion doit s'effectuer est constitué par le consommateur moyen de la Communauté européenne.

26 Il est constant entre les parties que les produits visés par les marques demandées et les produits désignés par la marque antérieure sont en partie similaires et en partie identiques.

27 Dans ces conditions, l'issue des recours dépend du degré de similitude des signes en cause. Ainsi qu'il ressort d'une jurisprudence constante, l'appréciation globale du risque de confusion doit, en ce qui concerne la similitude visuelle, phonétique ou conceptuelle des signes en conflit, être fondée sur l'impression d'ensemble produite par ceux-ci, en tenant compte, notamment, de leurs éléments distinctifs et dominants (voir arrêt BASS, précité, point 47, et la jurisprudence citée).

28 Sur le plan visuel, la chambre de recours a décrit la marque antérieure comme étant «formée de deux lettres majuscules 'NL', placées à la verticale et avec un type de caractère fantaisiste appelé anglais[e] 'Stephenson Blake' incliné vers la droite» (point 32 de la décision de la chambre de recours dans l'affaire T-117/03, point 31 des décisions de la chambre de recours dans les affaires T-118/03 et T-119/03 et point 28 de la décision de la chambre de recours dans l'affaire T-171/03). Le Tribunal constate que cette description est correcte. Dans le signe antérieur, on reconnaît aisément la lettre «L». Celle-ci est positionnée en bas et à droite de l'autre lettre. Comme la lecture normale s'effectue de gauche à droite et de haut en bas, la lettre «L» n'est pas la première dans la combinaison de lettres. Entre la partie gauche de la lettre «N», qui pourrait éventuellement former la pointe d'une lettre «A», et la partie supérieure de la lettre «L», il y a un espace qui permet de percevoir facilement qu'il ne s'agit pas de la barre transversale d'une lettre «A». Partant, la première lettre ne sera pas perçue comme un «A». En outre, la partie supérieure de la lettre «L» ne saurait être perçue comme formant une lettre «O». Enfin, il y lieu de relever qu'il convient de comparer les signes tels qu'ils sont protégés et non pas tels qu'ils pourraient éventuellement être perçus par le consommateur à l'envers. Les doutes exprimés par la requérante à l'égard de la perception du signe antérieur ne sont, dès lors, pas justifiés.

29 Pour ce qui est des signes demandés, chacun d'eux est constitué d'un signe figuratif composé des lettres «NL» suivi directement d'un mot en lettres majuscules, dans le cas des affaires T-117/03 à T-119/03, et d'un mot comprenant une lettre majuscule et neuf lettres minuscules dans le cas de l'affaire T-171/03. Dans chacun des signes, la combinaison de lettres «NL» apparaît en caractères gras, tandis que les autres lettres sont imprimées en caractères maigres. Il s'ensuit que les lettres «NL» constituent l'élément dominant dans l'aspect visuel de chacune des marques demandées, ainsi qu'il a été exposé — à juste titre — dans les décisions de la chambre de recours.

30 L'OHMI a fait observer, avec pertinence, que les signes demandés présentaient une structure morphosyntaxique similaire. Seule la marque demandée NLCollection est légèrement différente en ce que le signe n'est pas entièrement composé de lettres majuscules et en ce que le mot NLCollection est entouré d'un cadre noir rectangulaire. Même si la requérante critique à bon droit le fait que la décision de la

chambre de recours du 15 avril 2003, en suivant le modèle des décisions du 27 janvier 2003, n'a pas tenu compte de ces particularités, l'analyse du signe effectuée par la chambre de recours sur le plan visuel demeure correcte en ce que la combinaison de lettres «NL» constitue l'élément dominant sur le plan visuel de la marque demandée «NLCollection».

31 En ce qui concerne la comparaison visuelle entre le signe antérieur, d'une part, et les signes demandés, d'autre part, la chambre de recours a constaté une faible similitude. La requérante n'a pas contesté cette conclusion.

32 Pour ce qui est de la similitude conceptuelle des signes en cause, il convient de relever que les signes demandés sont composés des lettres «NL», d'une part, et des mots «sport», «jeans», «active» et «collection», d'autre part. La marque antérieure, quant à elle, consiste uniquement en la combinaison de lettres «NL». Comme la chambre de recours l'a constaté avec pertinence, «NL» est dépourvu de sens dans le secteur de l'habillement.

33 En revanche, ainsi que l'OHMI l'a relevé à juste titre, les mots «sport», «jeans», «active» et «collection» ont chacun, en langue anglaise ou française, un contenu conceptuel descriptif des produits visés. Dans le secteur de l'habillement, le mot «sport» évoquera l'idée de vêtements de sport ou de vêtements de style «sportif». Le mot «jeans» sera identifié comme descriptif de vêtements en jean. Le mot «collection» désigne l'ensemble des modèles conçus pour une saison. Le vocable «active» vise plutôt la destination des produits, à savoir des vêtements pour des personnes actives ou qui permettent d'être actif.

34 Le Tribunal rappelle que, en règle générale, le public ne considérera pas un élément descriptif faisant partie d'une marque complexe comme l'élément distinctif et dominant dans l'impression d'ensemble produite par celle-ci [arrêt du Tribunal du 3 juillet 2003, Alejandro/OHMI — Anheuser-Busch (BUDMEN), T-129/01, Rec.

p. II-2251, point 53]. À cet égard, il suffit que le caractère descriptif d'un tel élément soit perçu dans une partie du territoire de la Communauté. Même si l'article 8 du règlement n° 40/94 ne contient pas de disposition semblable à l'article 7, paragraphe 2, du même règlement, le Tribunal a déduit du principe du caractère unitaire de la marque communautaire, consacré à l'article 1er, paragraphe 2, de ce règlement, que l'enregistrement doit être refusé, même si un motif relatif de refus n'existe que dans une partie de la Communauté [arrêt du Tribunal du 3 mars 2004, Mühlens/OHMI — Zirh International (ZIRH), T-355/02, Rec. p. II-791, points 35 et 36, sous pourvoi].

35 En l'espèce, les signes demandés contiennent des éléments qui possèdent, à tout le moins pour le public anglophone et francophone, un contenu conceptuel descriptif des produits visés. La chambre de recours a donc, à juste titre, constaté que, au moins pour ce public, l'élément dominant de chacune des marques demandées, sur le plan conceptuel, est la combinaison de lettres «NL» qui constitue l'élément unique de la marque antérieure.

36 Quant à la similitude auditive, il convient de relever que, eu égard à l'analyse effectuée aux points 28 à 30 ci-dessus concernant la similitude visuelle, la marque antérieure, étant composée des lettres «N» et «L», sera prononcée comme «N-L» dans la majorité des langues de la Communauté européenne dont, notamment, le français et l'anglais. La marque demandée NLSPORT sera, au moins en anglais ou en français, prononcée «N-L-sport». Les autres marques demandées seront prononcées «N-L-jeans», «N-L-active» et «N-L-collection». Il s'ensuit que, du point de vue auditif, la combinaison de lettres «N-L» qui constitue la marque antérieure est incluse dans chacune des marques demandées. Or, au moins pour les consommateurs francophones ou anglophones, les mots «sport», «jeans», «active» et «collection» seront perçus comme des éléments descriptifs des produits ou de leur destination. Partant, la combinaison de lettres «NL» constitue — au moins pour ce public — l'élément dominant sur le plan phonétique. Les constatations de la chambre de recours aux points 33 (affaire T-117/03), 32 (affaires T-118/03 et T-119/03) et 29 (affaire T-171/03) des décisions de la chambre de recours doivent, dès lors, être approuvées. Il convient d'ailleurs de constater que la chambre n'a pas

conclu à une identité phonétique des signes, mais à une identité phonétique entre l'élément dominant des signes demandés, «NL», et la combinaison de lettres «NL» de la marque antérieure.

37 L'inclusion complète du signe visé par la marque antérieure dans l'élément dominant de chacun des signes demandés permet de conclure à une similitude phonétique importante (voir, pour le cas inverse, arrêt Fifties, précité, point 40).

38 La requérante soutient que la chambre de recours n'a pas procédé à une évaluation globale de la similitude des signes, mais qu'elle a segmenté les signes demandés en la combinaison de lettres «NL», d'une part, et les mots «sport», «jeans», «active» ou «collection», d'autre part.

39 À cet égard, il convient de relever que, si le consommateur moyen perçoit normalement la marque comme un tout et ne se livre pas à un examen de ses différents détails (arrêt de la Cour du 11 novembre 1997, SABEL, C-251/95, Rec. p. I-6191, point 23), en général, ce sont les caractéristiques dominantes et distinctives d'un signe qui sont plus facilement mémorisées (voir, en ce sens, arrêt Fifties, précité, points 47 et 48). Par conséquent, il ne saurait être reproché à la chambre de recours d'avoir examiné quels sont, dans la perception du consommateur, les éléments distinctifs et dominants des marques, éléments qui lui resteront à l'esprit.

40 Dès lors, la chambre de recours a constaté sans erreur de droit qu'il y avait une similitude phonétique et conceptuelle des signes en cause.

41 En ce qui concerne l'appréciation globale du risque de confusion, la chambre de recours a conclu à l'existence d'un tel risque en raison de la similitude phonétique et conceptuelle des signes, de l'identité des produits et des conditions de commercialisation dans le secteur de l'habillement où l'utilisation de sous-marques est fréquente et où il est habituel qu'un signe présente plusieurs configurations. La requérante remet en cause cette conclusion pour deux raisons.

42 En premier lieu, la requérante considère que, dans le secteur de l'habillement, le niveau d'attention que le consommateur moyen porte aux marques est particulièrement élevé de sorte qu'il est difficile de l'induire en erreur.

43 À cet égard, il convient de relever que le niveau d'attention du consommateur peut varier en fonction de la catégorie de produits ou de services en cause (voir, par analogie, arrêt de la Cour du 22 juin 1999, Lloyd Schuhfabrik Meyer, C-342/97, Rec. p. I-3819, point 26). Comme l'OHMI l'a fait observer, à juste titre, il ne suffit cependant pas qu'une requérante affirme que, dans un secteur déterminé, le consommateur est particulièrement attentif aux marques, sans étayer cette prétention d'éléments de fait ou de preuve. En ce qui concerne le secteur de l'habillement, le Tribunal constate que celui-ci comprend des produits de qualité et de prix très différents. S'il est possible que le consommateur soit plus attentif au choix d'une marque lorsqu'il achète un vêtement particulièrement coûteux, une telle attitude du consommateur ne saurait être présupposée, sans aucune preuve, à l'égard de l'ensemble des produits du secteur en cause. Il s'ensuit que cet argument doit être rejeté.

44 En second lieu, la requérante fait valoir que des combinaisons de lettres ont, par leur nature même, un faible caractère distinctif. De plus, selon la requérante, il est impossible de s'approprier, sous l'aspect phonétique, une combinaison de lettres; la requérante s'appuie, à cet égard, sur une décision du Tribunal Supremo du 21 janvier 1993 concernant un signe composé de la lettre «D». Enfin, la requérante

fait observer qu'il existe plusieurs marques nationales et communautaires qui comprennent l'élément «NL» et entre lesquelles il n'a pas été constaté de risque de confusion.

45 En ce qui concerne l'existence de plusieurs enregistrements de marques contenant la combinaison de lettres «NL», le Tribunal constate que la requérante n'a pas démontré qu'il s'agissait de cas transposables en l'espèce. De plus, l'OHMI a fait observer, sans être contredit, que les enregistrements communautaires mentionnés par la requérante n'ont jamais fait l'objet d'oppositions. Quant à la décision du Tribunal Supremo, l'OHMI a relevé avec pertinence qu'elle concernait le cas d'une marque constituée par une seule lettre. Enfin, il convient de rappeler que la légalité des décisions des chambres de recours doit être appréciée uniquement sur le fondement du règlement n° 40/94, tel qu'interprété par le juge communautaire (arrêt BUDMEN, précité, point 61, et la jurisprudence citée). Il s'ensuit que cette partie de l'argument est inopérante.

46 S'agissant de la thèse selon laquelle l'aspect phonétique de «NL» ne saurait être monopolisé par la marque antérieure, cet argument revient, en substance, à nier le caractère distinctif de cette marque sur le plan auditif et à estimer en conséquence que la similitude phonétique ne saurait contribuer à un risque de confusion au sens de l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 40/94.

47 Ainsi qu'il découle de l'article 4 du règlement n° 40/94, peuvent constituer des marques communautaires tous signes susceptibles d'une représentation graphique, notamment les mots et les lettres, à condition qu'ils soient propres à distinguer les produits ou les services d'une entreprise de ceux d'autres entreprises. Il s'ensuit que le législateur a explicitement inclus les signes composés d'une lettre ou d'une combinaison de lettres dans la liste d'exemples, figurant à l'article 4 de ce règlement, de signes qui peuvent constituer une marque communautaire, sous réserve des motifs absolus ou relatifs de refus susceptibles de s'opposer à l'enregistrement.

48 Les articles 7 et 8 du règlement n° 40/94 relatifs aux refus d'enregistrement ne prévoient pas de règles spécifiques pour les signes composés d'une combinaison de lettres qui ne forment pas un mot. Il s'ensuit que l'appréciation globale du risque de confusion, en vertu de l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 40/94, entre de tels signes suit, en principe, les mêmes règles que celle concernant des signes verbaux comprenant un mot, un nom ou un terme fantaisiste. Dès lors, la thèse de la requérante selon laquelle des signes constitués d'une combinaison de lettres n'ont, par leur nature même, aucun caractère distinctif sur le plan phonétique doit être rejetée.

49 Cependant, il convient de relever que, dans l'appréciation globale du risque de confusion, les aspects visuel, auditif ou conceptuel des signes en conflit n'ont pas toujours le même poids. Il importe d'analyser les conditions objectives dans lesquelles les marques peuvent se présenter sur le marché (arrêt BUDMEN, précité, point 57). L'importance des éléments de similitude ou de différence des signes peut dépendre, notamment, des caractéristiques intrinsèques de ceux-ci ou des conditions de commercialisation des produits ou services que les marques en conflit désignent. Si les produits désignés par les marques en cause sont normalement vendus dans des magasins en libre-service où le consommateur choisit lui-même le produit et doit, dès lors, se fier principalement à l'image de la marque appliquée sur ce produit, une similitude visuelle des signes sera, en règle générale, d'une plus grande importance. Si, en revanche, le produit visé est surtout vendu oralement, il sera normalement attribué plus de poids à une similitude auditive des signes.

50 La requérante n'a pas invoqué l'existence de conditions de commercialisation particulières. Généralement, dans les magasins de vêtements, les clients peuvent soit choisir eux-mêmes les vêtements qu'ils souhaitent acheter, soit se faire assister par les vendeurs. Si une communication orale sur le produit et sur la marque n'est pas exclue, le choix du vêtement se fait, généralement, de manière visuelle. Partant, la perception visuelle des marques en cause interviendra, normalement, avant l'acte d'achat. L'aspect visuel revêt, de ce fait, plus d'importance dans l'appréciation globale du risque de confusion.

51 Néanmoins, dans le secteur de l'habillement, il est fréquent que la même marque présente différentes configurations selon le type de produits qu'elle désigne. Dans ce secteur, il est également habituel que la même entreprise de confection utilise des sous-marques, à savoir des signes dérivant d'une marque principale et partageant avec elle un élément dominant commun, pour distinguer ses différentes lignes de production (arrêts Fifties, précité, point 49, et BUDMEN, précité, point 57). En l'espèce, le contenu conceptuel des marques demandées est susceptible de renforcer leur perception, par le consommateur, comme des sous-marques d'une marque NL. Même si le consommateur n'était confronté qu'à l'un des signes en cause, la perception de façon distincte de «NL» en caractères gras, d'une part, et du mot suivant qui est susceptible d'évoquer l'idée de vêtements d'un certain style, d'autre part, pourrait conduire le consommateur à l'identifier comme une sous-marque de la marque NL. En outre, la graphie différente de la combinaison de lettres «NL» dans les signes demandés, par rapport à celle de la marque antérieure NL, pourrait être perçue comme une configuration particulière de cette dernière. Dès lors, la conclusion de la chambre de recours, selon laquelle il n'est pas exclu que le consommateur perçoive les marques demandées comme des lignes de production spéciales provenant de l'entreprise titulaire de la marque antérieure, doit être approuvée.

52 Le Tribunal rappelle que l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 40/94 exige qu'il existe un risque de confusion, mais non que la confusion soit établie. Dans ces conditions, s'il est vrai que la chambre de recours aurait pu examiner davantage la graphie particulière de la combinaison de lettres «NL» dans la marque antérieure dont l'apparence se distingue de celle des lettres «NL» dans les signes demandés et qui constitue l'élément intrinsèquement le plus marquant de la marque antérieure, le résultat auquel la chambre de recours est parvenu demeure correct. Eu égard à l'identité des produits et aux conditions de commercialisation évoquées au point précédent, le degré de similitude des signes suffit, en l'espèce, à constater l'existence d'un risque de confusion.

53 Il s'ensuit que le moyen unique tiré de la violation de l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 40/94 n'est pas fondé. Par conséquent, il convient de rejeter les recours.

Sur les dépens

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

Par ces motifs,

LE TRIBUNAL (deuxième chambre)

déclare et arrête:

1) Les recours sont rejetés.

2) La requérante est condamnée aux dépens.

Pirrung Meij Forwood

Ainsi prononcé en audience publique à Luxembourg, le 6 octobre 2004.

Le greffier

H. Jung

Le président

J. Pirrung