ARRÊT DU TRIBUNAL (quatrième chambre)

23 octobre 2002 *

Dans l'affaire T-388/00,

Institut für Lernsysteme GmbH, établie à Hambourg (Allemagne), représentée par M^es^ J. Schneider et A. Buddee, avocats, ayant élu domicile à Luxembourg,

partie requérante,

contre

Office de l'harmonisation dans le marché intérieur (marques, dessins et modèles) (OHMI), représenté par MM. A. von Mühlendahl, A. di Carlo et O. Waelbroeck, en qualité d'agents,

partie défenderesse,

* Langue de procédure: l'anglais.

l'autre partie à la procédure devant la chambre de recours de l'Office de l'harmonisation dans le marché intérieur (marques, dessins et modèles) étant

ELS Educational Services, Inc., établie à Culver City, Californie (États-Unis),

ayant pour objet un recours formé contre la décision de la troisième chambre de recours de l'Office de l'harmonisation dans le marché intérieur (marques, dessins et modèles) du 18 octobre 2000 (affaire R 074/2000-3),

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

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

greffier: M^me^ D. Christensen, administrateur,

vu la requête déposée au greffe du Tribunal le 30 décembre 2000,

vu le mémoire en réponse de l'Office de l'harmonisation dans le marché intérieur (marques, dessins et modèles) déposé au greffe du Tribunal le 15 mai 2001,

à la suite de l'audience du 27 février 2002,

rend le présent

Arrêt

Cadre juridique

1 L'article 8, paragraphe 1, sous b), et paragraphe 2, sous a), ii), 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, prévoit:

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

[...]

b) lorsqu'en raison de son identité ou de sa similitude avec la marque antérieure et en raison de l'identité ou de la similitude des produits ou des services que les deux marques désignent, il existe un risque de confusion dans l'esprit du public du territoire dans lequel la marque antérieure est protégée; le risque de confusion comprend le risque d'association avec la marque antérieure.

2. Aux fins du paragraphe 1, on entend par 'marques antérieures':

a) les marques dont la date de dépôt est antérieure à celle de la demande de marque communautaire, compte tenu, le cas échéant, du droit de priorité invoqué à l'appui de ces marques, et qui appartiennent aux catégories suivantes:

[...]

ii) les marques enregistrées dans un État membre ou, pour ce qui concerne la Belgique, le Luxembourg et les Pays-Bas, auprès du Bureau Benelux des marques;

[...]»

2 L'article 42, paragraphe 1, sous a), et paragraphe 3, du règlement n° 40/94, prévoit:

«1. Une opposition à l'enregistrement de la marque peut être formée dans un délai de trois mois à compter de la publication de la demande de marque communautaire, au motif que la marque devrait être refusée à l'enregistrement en vertu de l'article 8:

a) dans les cas de l'article 8, paragraphes 1 et 5, par les titulaires de marques antérieures visées à l'article 8, paragraphe 2, ainsi que par les licenciés habilités par les titulaires de ces marques;

[...]

3. L'opposition doit être formée par écrit et motivée. Elle n'est réputée formée qu'après paiement de la taxe d'opposition. Dans un délai imparti par l'Office, celui qui a formé opposition peut présenter à son appui des faits, preuves et observations.»

3 L'article 43, paragraphes 1, 2, 3 et 5, du règlement n° 40/94, prévoit:

«1. Au cours de l'examen de l'opposition, l'Office invite les parties, aussi souvent que cela est nécessaire, à présenter, dans un délai qu'il leur impartit, des observations sur les communications émanant des autres parties ou de lui-même.

2. Sur requête du demandeur, le titulaire d'une marque communautaire antérieure qui a formé opposition apporte la preuve que, au cours des cinq années qui précèdent la publication de la demande de marque communautaire, la marque communautaire antérieure a fait l'objet d'un usage sérieux dans la Communauté 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, pour autant qu'à cette date la marque antérieure était enregistrée depuis cinq ans au moins. À défaut d'une telle preuve, l'opposition est rejetée. Si la marque communautaire antérieure n'a été utilisée que pour une partie des produits ou des services pour lesquels elle est enregistrée, elle n'est réputée enregistrée, aux fins de l'examen de l'opposition, que pour cette partie des produits ou services.

3. Le paragraphe 2 s'applique 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.

[...]

5. S'il résulte de l'examen de l'opposition que la marque est exclue de l'enregistrement pour tout ou partie des produits ou des services pour lesquels la marque communautaire est demandée, la demande est rejetée pour les produits ou les services concernés. Dans le cas contraire, l'opposition est rejetée.»

4 La règle 22, paragraphe 1, 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), dispose:

«1. Si l'opposant doit, en vertu de l'article 43, paragraphe 2 ou 3 du règlement, apporter la preuve de l'usage de la marque ou de l'existence de justes motifs pour son non-usage, l'Office l'invite à le faire dans un délai qu'il lui impartit. Si l'opposant ne fournit pas cette preuve dans le délai imparti, l'Office rejette l'opposition.»

Antécédents du litige

5 Le 1er avril 1996, ELS Educational Services, Inc. (ci-après le «demandeur») a présenté une demande de marque communautaire à l'Office de l'harmonisation dans le marché intérieur (marques, dessins et modèles) (OHMI), en vertu du règlement n° 40/94.

6 La marque dont l'enregistrement a été demandé est le sigle «ELS» (ci-après la «marque demandée»).

7 Les produits et services pour lesquels l'enregistrement a été demandé relèvent des classes 16, 35 et 41 au sens de l'arrangement de Nice concernant la classification des produits et 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 16: «Manuels éducatifs et produits de l'imprimerie, à savoir livres d'exercices pour étudiants, catalogues, manuels d'enseignement, matériel d'instruction imprimé et graphiques et livrets pour étudiants voulant étudier l'anglais comme langue étrangère»;

— classe 35: «Assistance technique concernant l'établissement et/ou le fonctionnement d'écoles de langues»;

— classe 41: «Services d'éducation, en particulier cours d'anglais».

8 Le 23 janvier 1998, la requérante a formé une opposition au titre de l'article 42 du règlement n° 40/94, à l'encontre de la marque demandée (B 11371). Le motif invoqué à l'appui de l'opposition était le risque de confusion visé par l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 40/94, entre la marque demandée et une

marque antérieure dont la requérante est le titulaire. La marque antérieure en question (ci-après la «marque antérieure») est l'enregistrement allemand n° 2005750 d'un signe figuratif reproduit ci-dessous:



9 Les produits et services pour lesquels la marque antérieure est enregistrée relèvent des classes 9, 16 et 41 au sens de l'arrangement de Nice, et correspondent, pour chacune d'elles, à la description suivante:

— classe 9: «Supports d'enregistrement en tout genre assortis de programmes éducatifs»;

— classe 16: «Produits éducatifs et d'enseignement (à l'exception de l'équipement) sous forme de matériel imprimé»;

— classe 41: «Développement et organisation de cours par correspondance».

10 Sur requête du demandeur, la requérante a été invitée, par télécopie de l'OHMI du 15 juillet 1998, à apporter, dans un délai de deux mois, la preuve de l'usage de la marque antérieure en vertu de l'article 43, paragraphes 2 et 3, du règlement n° 40/94 et de la règle 22, paragraphe 1, du règlement n° 2868/95.

11 Dans le délai imparti par l'OHMI pour prouver l'usage de la marque antérieure, la requérante a explicitement fait référence aux documents présentés dans une procédure d'opposition parallèle (B 10845), à savoir une déclaration faite par le directeur de la requérante, des livrets d'étude, la brochure d'un séminaire et des annonces publicitaires. Après l'expiration dudit délai, la requérante a, le 24 mars 1999, annexé d'autres documents supplémentaires (photocopies de trois cassettes avec la marque antérieure apposée) à la réponse aux observations du demandeur sur les preuves qu'elle avait déposées dans le délai.

12 Par décision du 24 novembre 1999, la division d'opposition a rejeté l'opposition sur la base des articles 8, paragraphe 1, sous b), 42 et 43 du règlement n° 40/94 et de la règle 22, paragraphe 1, du règlement n° 2868/95. La division d'opposition a, tout d'abord, estimé que les documents supplémentaires présentés après l'expiration du délai imparti par l'OHMI, pour prouver l'usage de la marque antérieure, ne pouvaient pas être acceptés. Elle a considéré, ensuite, que les documents fournis par la requérante dans le délai démontraient l'usage sérieux de la marque antérieure pour les services de «développement et organisation de cours par correspondance», mais qu'ils ne le démontraient pas pour les «produits éducatifs et d'enseignement (à l'exception de l'équipement) sous la forme de matériel imprimé», ni pour les «supports d'enregistrement en tout genre assortis de programmes éducatifs». Enfin, la division d'opposition a estimé qu'il n'existait pas de risque de confusion entre la marque antérieure et la marque demandée pour tous les produits et services visés par la demande de marque.

13 Le 21 janvier 2000, la requérante a formé un recours auprès de l'OHMI, au titre de l'article 59 du règlement n° 40/94, contre la décision de la division d'opposition.

14 Le recours a été rejeté par décision de la troisième chambre de recours de l'OHMI du 18 octobre 2000, qui a été notifiée à la requérante le 30 octobre 2000 (ci-après la «décision attaquée»).

15 La chambre de recours a considéré, en substance, que la décision de la division d'opposition était bien fondée. Premièrement, elle a confirmé l'appréciation de la division d'opposition sur la preuve de l'usage sérieux de la marque antérieure et le refus de celle-ci des documents supplémentaires présentés après l'expiration du délai imparti par l'OHMI. Deuxièmement, la chambre de recours a conclu qu'il n'existait pas de risque de confusion entre la marque antérieure et la marque demandée.

Conclusions des parties

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

— annuler la décision attaquée;

— rejeter la marque demandée;

— condamner l'OHMI aux dépens.

17 L'OHMI conclut à ce qu'il plaise au Tribunal:

— rejeter la demande de la requérante;

— condamner la requérante aux dépens.

En droit

Sur la demande visant au rejet de la marque demandée

18 Par son deuxième chef de conclusions, la requérante tend, en substance, à demander au Tribunal d'enjoindre à l'OHMI de refuser l'enregistrement de la marque demandée.

19 À cet égard, il convient de rappeler que, conformément à l'article 63, paragraphe 6, du règlement n° 40/94, l'OHMI est tenu de prendre les mesures que comporte l'exécution de l'arrêt du juge communautaire. Dès lors, il n'appartient pas au Tribunal d'adresser à l'OHMI une injonction. Il incombe à celui-ci de tirer les conséquences du dispositif et des motifs du présent arrêt. Le deuxième chef de conclusions de la requérante est donc irrecevable [arrêts du Tribunal du 31 janvier 2001, Mitsubishi HiTec Paper Bielefeld/OHMI (Giroform), T-331/99, Rec. p. II-433, point 33, et du 27 février 2002, Eurocool Logistik/OHMI (EUROCOOL), T-34/00, Rec. p. II-683, point 12].

Sur la demande en annulation

20 La requérante invoque deux moyens. Le premier moyen est tiré de la violation de la procédure sur la production de la preuve de l'usage de la marque antérieure et le second moyen est tiré de la violation de l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 40/94.

Sur le premier moyen, tiré de la violation de la procédure sur la production de la preuve de l'usage de la marque antérieure

— Arguments des parties

21 La requérante estime que la chambre de recours aurait dû prendre en considération les preuves supplémentaires déposées le 24 mars 1999, puisque celles-ci complètent les preuves déjà apportées et, notamment, la déclaration faite par le directeur de la requérante. Elle fait valoir que, dans la mesure où elle s'est trouvée confrontée aux objections du demandeur, elle a répondu en produisant des documents supplémentaires.

22 La requérante soutient que la chambre de recours a violé l'article 43, paragraphe 1, du règlement n° 40/94 en rejetant, comme preuve de l'usage de la marque antérieure, la production des documents déposés dans la procédure d'opposition parallèle B 10845 afin de prouver l'usage de la marque antérieure. Ainsi, la requérante estime que si l'OHMI considère qu'il n'est pas adéquat de faire usage dans la présente affaire de documents produits dans une autre affaire parallèle, il aurait dû le signaler, ce qui aurait permis à la requérante de réagir en conséquence en envoyant, dans le délai imparti, une nouvelle série de preuves de l'usage de la marque antérieure.

23 À titre d'observations préliminaires, l'OHMI estime que, en l'espèce, il n'est pas nécessaire pour le Tribunal de statuer sur la possibilité de soumettre une preuve supplémentaire de l'usage d'une marque antérieure après l'expiration du délai prévu par la règle 22, paragraphe 1, du règlement n° 2868/95, puisque, même si la requérante avait prouvé l'usage sérieux de la marque antérieure pour les produits couverts par cette marque, cela n'aurait pas affecté le fond de la décision attaquée.

24 Néanmoins, pour le cas où le Tribunal devrait considérer qu'il est nécessaire de statuer sur cette question, l'OHMI affirme que la chambre de recours a estimé, à juste titre, que, dans une procédure inter partes, il est impossible de soumettre des preuves supplémentaires après l'expiration du délai imparti par l'OHMI.

25 L'OHMI soutient que la règle 22, paragraphe 1, du règlement n° 2868/95 prévoit un délai de nature péremptoire, qui ne permet pas d'admettre la preuve additionnelle de l'usage de la marque antérieure apportée par la requérante dans le délai qui lui a été imparti pour répondre aux observations du demandeur sur les éléments de preuve dudit usage fournis par la requérante, dans le délai imparti par l'OHMI, en application de cette règle.

26 Enfin, l'OHMI estime que la requérante a mal interprété le raisonnement de la chambre de recours au point 23 de la décision attaquée et que celle-ci a pris en compte la preuve soumise dans la procédure d'opposition B 10845.

— Appréciation du Tribunal

27 À titre liminaire, il y a lieu de relever que le fait que la chambre de recours n'a pas pris en considération les documents fournis tardivement par la requérante est susceptible d'avoir des effets sur l'analyse du risque de confusion entre les marques en cause. Par conséquent, la requérante a un intérêt à agir pour faire trancher par le Tribunal, dans le cadre du présent moyen, la question de la validité de cette prise de position de la chambre de recours.

28 En premier lieu, en ce qui concerne la règle 22, paragraphe 1, du règlement n° 2868/95, elle prévoit que, si l'opposant doit apporter la preuve de l'usage de la marque, l'OHMI l'invite à le faire dans un délai qu'il lui impartit. En vertu de

cette disposition, lue conjointement avec l'article 43, paragraphe 2, du règlement n° 40/94, le défaut de production d'éléments établissant l'usage de la marque dans le délai imparti par l'OHMI entraîne le rejet de l'opposition. Le caractère péremptoire que présente ainsi le délai prévu par la règle en cause exclut la prise en compte par l'OHMI de toute preuve produite tardivement.

29 En l'espèce, la requérante a présenté des documents après l'expiration du délai imparti par l'OHMI sur la base de la règle 22, paragraphe 1, du règlement n° 2868/95. Le fait que le demandeur, dans ses observations sur les preuves de l'usage de la marque produites par la requérante, conteste celles-ci ne peut pas avoir pour effet de rouvrir ce délai et de permettre à la requérante de compléter les éléments de preuve de l'usage présentés dans le délai imparti par l'OHMI. Par conséquent, l'OHMI était tenu de prendre en considération uniquement les documents produits dans le délai spécifiquement imparti pour apporter la preuve de l'usage de la marque antérieure.

30 Il ressort de ce qui précède que les preuves supplémentaires produites par la requérante après l'expiration du délai prévu à la règle 22, paragraphe 1, du règlement n° 2868/95 ne devaient pas être acceptées.

31 En second lieu, en ce qui concerne la validité de la pratique consistant à renvoyer aux documents produits dans une autre affaire, il y a lieu de considérer que, dans l'hypothèse où un opposant à une demande de marque communautaire a déjà dû prouver l'usage d'une marque antérieure dans une première procédure, il peut se référer aux documents déjà déposés à l'OHMI dans cette première procédure lorsqu'il est à nouveau invité à fournir la preuve de l'usage de ladite marque antérieure.

32 En l'occurrence, il ressort du dossier que, contrairement à ce que soutient la requérante, l'OHMI a statué en tenant compte des documents que la requérante avait produits, le 24 juillet 1998, dans l'affaire B 10845. Dans le cadre de l'affaire

B 11371 et avant le 15 septembre 1998, date d'expiration du délai imparti pour fournir les preuves de l'usage, la requérante, par communication du 6 août 1998, a fait explicitement référence aux documents présentés dans l'affaire B 10845. À partir de ce moment, ces documents ont également fait partie du dossier de l'affaire B 11371. Ainsi, ils ont été analysés une première fois par la division d'opposition et, ensuite, par la chambre de recours. Cette dernière a affirmé qu'aucune des preuves manquantes dans l'affaire B 11371 n'avaient été présentées dans l'affaire B 10845 (voir point 23 de la décision attaquée).

33 Compte tenu de tout ce qui précède, le présent moyen est rejeté.

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

— Arguments des parties

34 En premier lieu, la requérante affirme que, en ce qui concerne la comparaison des produits et services en cause, il existe une identité partielle et une similitude entre lesdits produits et services. À cet égard, la requérante maintient que la décision attaquée n'a pas correctement appliqué le principe selon lequel plus les produits et services sont proches, plus les signes en conflit doivent être distants, pour ne pas créer de confusion.

35 En deuxième lieu, quant à la comparaison des signes en cause, la requérante estime que l'élément figuratif de la marque antérieure est, par nature, subordonné à l'élément dénominatif ILS. En outre, elle considère que la décision attaquée n'a

pas tenu compte du fait que, lorsque l'on compare des marques, il convient de le faire du point de vue d'un consommateur moyennement attentif qui perçoit normalement les marques l'une après l'autre et non simultanément et qui tend à ne pas soumettre les différences entre les marques à un examen approfondi.

36 Quant à l'analyse phonétique des signes en cause, la requérante fait valoir que la langue anglaise a une importance croissante en Allemagne et que la demande de marque en cause a pour origine l'espace anglophone. Ainsi, elle soutient que la prononciation en langue anglaise de la marque dont l'enregistrement a été demandé est identique à celle en langue allemande de la marque antérieure.

37 Étant donné la grande similitude entre les produits et services, la requérante soutient que la légère différence entre les lettres initiales ne suffit pas à éviter le risque de confusion.

38 L'OHMI estime que l'appréciation du risque de confusion est un exercice complexe, qui implique une certaine marge d'appréciation. En outre, il rappelle que la Cour a développé des principes généraux qui, s'ils sont appliqués correctement, éviteront des conclusions arbitraires et augmenteront le niveau d'harmonisation de l'appréciation du risque de confusion. Selon l'OHMI, la chambre de recours a, dans son évaluation du risque de confusion entre les marques en litige, respecté les principes généraux énoncés par la Cour.

39 En ce qui concerne, premièrement, la comparaison entre les produits et services, les constatations de la chambre de recours concernant l'identité et la similitude des produits et services couverts par les marques en conflit sont exactes.

40 Deuxièmement, pour ce qui est de la comparaison des signes, l'OHMI soutient que la chambre de recours a considéré, à juste titre, que les deux signes sont distincts, d'un point de vue visuel et phonétique, pour les raisons suivantes:

— la différence existe dans leur première lettre, qui est la seule voyelle de chaque signe;

— les signes en conflit constituent des sigles de trois lettres seulement;

— dans la marque antérieure existe un élément figuratif.

41 Par ailleurs, l'OHMI conteste l'affirmation de la requérante concernant la prononciation en anglais du sigle correspondant à la marque demandée et relève que, dans une telle hypothèse, les deux signes seraient prononcés en anglais et, donc, la différence phonétique subsisterait.

42 Quant à la comparaison conceptuelle, l'OHMI considère qu'elle n'est pas faisable, puisque les signes en cause ne véhiculent aucun message en langue allemande.

43 Troisièmement, en ce qui concerne le risque de confusion, l'OHMI relève que, comme il a été précisé dans la décision attaquée, les signes en cause ne sont pas suffisamment similaires pour créer une confusion dans l'esprit du consommateur moyen et que la décision attaquée a tenu compte du principe de l'interdépendance entre la similitude des signes et celle des produits et services.

— Appréciation du Tribunal

44 Selon la jurisprudence de la Cour relative à l'interprétation de l'article 4, paragraphe 1, sous b), 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), dont le contenu normatif est, en substance, identique à celui de l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 40/94, constitue un risque de confusion le risque que le public puisse croire que les produits ou 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).

45 Selon cette même jurisprudence, 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).

46 Cette appréciation globale implique une certaine interdépendance entre les facteurs pris en compte, et, notamment, la similitude des marques et celle des produits ou services désignés. Ainsi, un faible degré de similitude entre les produits ou services désignés peut être compensé par un degré élevé de similitude entre les marques et inversement (arrêts Canon, précité, point 17, et Lloyd Schuhfabrik Meyer, précité, point 19). L'interdépendance entre ces facteurs trouve son expression au septième considérant du règlement n° 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 services désignés.

47 En outre, la perception des marques qu'a le consommateur moyen des produits ou 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, et Lloyd Schuhfabrik Meyer, précité, point 25). 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 que 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 services en cause (arrêt Lloyd Schuhfabrik Meyer, précité, point 26).

48 En l'espèce, étant donné la nature des produits et services concernés (manuels éducatifs et produits de l'imprimerie, à savoir livres d'exercices pour étudiants, catalogues, manuels d'enseignement, matériel d'instruction imprimé et graphiques et livrets pour étudiants voulant étudier l'anglais comme langue étrangère et services d'éducation, en particulier, cours d'anglais), qui sont des produits et services de consommation courante, et le fait que la marque antérieure, sur laquelle était fondée l'opposition, est enregistrée et protégée en Allemagne, le public ciblé par rapport auquel l'analyse du risque de confusion doit s'effectuer est composé des consommateurs moyens de cet État membre.

49 En application de l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 40/94 et à la lumière des considérations qui précèdent, il y lieu de procéder à la comparaison, d'une part, des produits et services concernés et, d'autre part, des signes en conflit.

50 Premièrement, quant à la comparaison des produits et services, il convient de rappeler, tout d'abord, que, en vertu de l'article 43, paragraphe 2, du règlement n° 40/94, dans le cas où l'opposant ne produit la preuve de l'usage de la marque

antérieure que pour une partie des produits ou services pour lesquels elle est enregistrée, ladite marque n'est réputée enregistrée, aux fins de l'examen de l'opposition, que pour cette partie des produits ou services. En application de cette disposition, lors de la comparaison des produits et services visés par les marques en cause en l'espèce, il y a lieu de prendre uniquement en considération les services couverts par la marque antérieure pour lesquels la chambre de recours a considéré que la preuve de l'usage a été produite, à savoir les services de «développement et organisation de cours par correspondance».

51 Il convient de relever, ensuite, que, selon la jurisprudence de la Cour, pour apprécier la similitude entre les produits ou services en cause, il y a lieu de tenir compte de tous les facteurs pertinents qui caractérisent le rapport entre les produits ou services. Ces facteurs incluent, en particulier, leur nature, leur destination, leur utilisation ainsi que leur caractère concurrent ou complémentaire (arrêt Canon, précité, point 23).

52 La chambre de recours, au point 25 de la décision attaquée, confirme la conclusion de la division d'opposition quant à la comparaison des produits et des services concernés, selon laquelle les services de «développement et organisation de cours par correspondance» que désigne la marque antérieure, sont identiques aux «services d'éducation, en particulier cours d'anglais», similaires aux «manuels éducatifs et produits de l'imprimerie, à savoir livres d'exercices pour étudiants, catalogues, manuels d'enseignement, matériel d'instruction imprimé et graphiques et livrets pour étudiants voulant étudier l'anglais comme langue étrangère» et différents par rapport à l'«assistance technique concernant l'établissement et/ou le fonctionnement d'écoles de langues».

53 En premier lieu, les services de «développement et organisation de cours par correspondance» que désigne la marque antérieure, en tant que services d'éducation, sont inclus dans la catégorie générale visée par la demande de marque «services d'éducation, en particulier cours d'anglais». Dès lors, la chambre de recours a estimé à raison qu'ils sont identiques.

54 En deuxième lieu, la chambre de recours considère que les services de «développement et organisation de cours par correspondance» visés par la marque antérieure sont similaires aux «manuels éducatifs et produits de l'imprimerie, à savoir livres d'exercices pour étudiants, catalogues, manuels d'enseignement, matériel d'instruction imprimé et graphiques et livrets pour étudiants voulant étudier l'anglais comme langue étrangère» que désigne la marque demandée.

55 Il y a lieu de constater que, pour assurer des services de «développement et organisation de cours par correspondance», il est utile et habituel d'utiliser des «manuels éducatifs et produits de l'imprimerie, à savoir livres d'exercices pour étudiants, catalogues, manuels d'enseignement, matériel d'instruction imprimé et graphiques et livrets pour étudiants voulant étudier l'anglais comme langue étrangère». Ainsi, des entreprises qui offrent des cours de tout genre donnent souvent aux élèves, en tant que matériel pédagogique d'appui, les produits précités.

56 Par conséquent, étant donné le lien étroit concernant la destination entre les produits et services en cause ainsi que le caractère complémentaire des produits par rapport aux services, la chambre de recours a considéré à bon droit que ces produits et services sont similaires.

57 En troisième lieu, en ce qui concerne la comparaison entre les services de «développement et organisation de cours par correspondance» visés par la marque antérieure et ceux relatifs à l'«assistance technique concernant l'établissement et/ou le fonctionnement d'écoles de langues» visés par la marque demandée, la chambre de recours se limite à constater, sans donner le moindre raisonnement, que les services en cause sont différents (point 25 de la décision attaquée). Or, il convient de relever que cette constatation est susceptible d'avoir des conséquences en l'espèce, à savoir l'enregistrement partiel de la marque pour les services en cause si tous les autres critères dont on doit tenir compte dans l'analyse de l'existence du risque de confusion sont remplis.

58 Dans ces conditions, force est de constater que la chambre de recours a manqué à l'obligation qui pèse sur elle, en vertu de l'article 73 du règlement n° 40/94, aux termes duquel «les décisions de l'Office sont motivées».

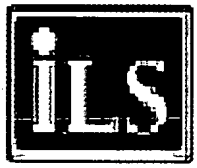
59 Par ailleurs, il y a lieu de rappeler que la motivation d'une décision faisant grief doit fournir à l'intéressé les indications nécessaires pour savoir si cette décision est bien fondée et permettre au juge communautaire d'exercer son contrôle sur sa légalité. Par conséquent, un défaut ou une insuffisance de motivation, qui entravent ce contrôle juridictionnel, constituent des moyens d'ordre public qui peuvent et même doivent être soulevés d'office par le juge communautaire (arrêts de la Cour du 20 mars 1959, Nold/Haute autorité, 18/57, Rec. p. 89, 115, et du 20 février 1997, Commission/Daffix, C-166/95 P, Rec. p. I-983, points 23 et 24).

60 En conséquence, la décision attaquée, en ce qu'elle conclut que les services de «développement et organisation de cours par correspondance» visés par la marque antérieure et ceux relatifs à l'«assistance technique concernant l'établissement et/ou le fonctionnement d'écoles de langues» visés par la marque demandée sont différents, doit être annulée pour violation des formes substantielles.

61 Dès lors, il y a lieu de prendre uniquement en considération, lors de l'analyse globale de l'existence d'un risque de confusion, l'identité entre les services de «développement et organisation de cours par correspondance» désignés par la marque antérieure et les «services d'éducation, en particulier cours d'anglais» désignés par la marque demandée et la similitude des services de «développement et organisation de cours par correspondance» susvisés avec les «manuels éducatifs et produits de l'imprimerie, à savoir livres d'exercices pour étudiants, catalogues, manuels d'enseignement, matériel d'instruction imprimé et graphiques et livrets pour étudiants voulant étudier l'anglais comme langue étrangère» visés par la marque demandée.

62 Deuxièmement, s'agissant de la comparaison des signes, il convient de relever que, selon la jurisprudence de la Cour, l'appréciation globale du risque de confusion doit, en ce qui concerne la similitude visuelle, auditive ou conceptuelle des marques en cause, être fondée sur l'impression d'ensemble produite par celles-ci, en tenant compte, en particulier, de leurs éléments distinctifs et dominants (arrêts SABEL, précité, point 23, et Lloyd Schuhfabrik Meyer, précité, point 25). 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). Il convient donc de procéder à une comparaison des signes en conflit en l'espèce sur les plans visuel, phonétique et conceptuel.

63 En ce qui concerne, tout d'abord, la comparaison visuelle, l'analyse doit être faite entre les deux signes suivants:



Marque antérieure

ELS

Marque demandée

64 La marque antérieure est composée d'un signe figuratif comprenant le sigle ILS, en caractère blanc, avec une première lettre en minuscule tandis que les deux autres sont en majuscules. Les trois lettres sont de taille identique et figurent sur un fond noir dans un encadrement rectangulaire à bord blanc. La marque demandée est composée du signe dénominatif ELS.

65 L'OHMI estime que la différence résidant dans la première lettre, qui est la seule voyelle dans un signe qui consiste simplement en un sigle composé de trois lettres, est une différence considérable et que l'élément figuratif du signe antérieur accroît cette perception.

66 D'une part, il convient d'observer que les éléments dénominatifs des marques en conflit sont des sigles de même longueur, à savoir de trois lettres. La seule dissemblance entre ces sigles concerne la première lettre: «i» dans la marque antérieure et «E» dans la marque demandée. Les deux lettres suivantes de chaque sigle, le «L» et le «S», sont dans les mêmes ordre et position. Cette coïncidence totale de deux des trois lettres placées dans la même disposition fait que la divergence d'une seule lettre ne constitue pas une différence visuelle significative.

67 D'autre part, une dissimilitude visuelle entre les signes n'est pas introduite par l'élément figuratif du signe antérieur. En effet, en application du principe énoncé par la Cour et rappelé au point 62 ci-dessus, lors de la comparaison des signes, il y a lieu de prendre en considération tout particulièrement les éléments dominants de ceux-ci. Or, il est manifeste en l'espèce que l'élément figuratif est subsidiaire par rapport à l'élément dominant du signe antérieur, à savoir la dénomination ILS.

68 Il s'ensuit qu'il existe une similitude du point de vue visuel entre la marque antérieure et la marque demandée.

69 S'agissant, ensuite, de la comparaison phonétique, la chambre de recours affirme que les marques peuvent être distinguées en langue allemande, soit dans la prononciation du sigle, en tant qu'acronyme, en un seul mot, soit dans l'épellation dudit sigle, en raison de la différence de première lettre (point 29

de la décision attaquée). La requérante fait valoir que la prononciation en langue anglaise du sigle correspondant à la marque demandée est identique à celle de la marque antérieure en langue allemande. L'OHMI conteste ce dernier argument en affirmant que, si les deux sigles en cause sont prononcés en anglais, la différence phonétique subsiste.

70 À titre liminaire, il y a lieu de relever que le mode de prononciation des sigles en cause en un seul mot, en tant qu'acronyme, ou en distinguant chaque lettre, n'a pas d'incidence sur l'analyse de la comparaison phonétique desdits sigles.

71 En ce qui concerne la prononciation des deux sigles en cause dans la langue du public ciblé, à savoir la langue allemande, il convient d'observer que les phonèmes voyelles «E» et «I» ont une prononciation similaire et qu'il existe une coïncidence totale entre les phonèmes consonnes «L» et «S» de chaque signe.

72 Par ailleurs, pour déterminer la perception phonétique des signes par le public ciblé, il y a lieu de tenir compte de tous les facteurs pertinents et des circonstances spécifiques au cas d'espèce. À cet égard, il est envisageable de s'adresser au public ciblé, pour lui offrir des cours d'anglais, en prononçant la marque demandée avec son articulation en langue anglaise qui est, par ailleurs, identique à celle de la marque antérieure en langue allemande. Ainsi, indépendamment de ses connaissances linguistiques, le public ciblé, qui ignore que la marque demandée a été prononcée en anglais, est susceptible d'opérer une confusion avec la marque antérieure.

73 Dès lors, il existe une similitude phonétique entre la marque antérieure et la marque demandée.

74 Enfin, ainsi que l'OHMI l'a relevé à juste titre, la comparaison conceptuelle des marques en conflit n'est pas possible, en l'espèce, étant donné l'absence de signification des signes dans la langue du public ciblé, à savoir l'allemand.

75 Dès lors, compte tenu, d'une part, de l'identité entre les services de «développement et organisation de cours par correspondance» désignés par la marque antérieure et les «services d'éducation, en particulier cours d'anglais» désignés par la marque demandée et de la similitude des services de «développement et organisation de cours par correspondance» susvisés avec les «manuels éducatifs et produits de l'imprimerie, à savoir livres d'exercices pour étudiants, catalogues, manuels d'enseignement, matériel d'instruction imprimé et graphiques et livrets pour étudiants voulant étudier l'anglais comme langue étrangère» visés par la marque demandée et, d'autre part, de la similitude entre les signes en cause, les différences entre ceux-ci ne sont pas suffisantes pour écarter l'existence d'un risque de confusion dans la perception du public ciblé.

76 En effet, dans le cadre de l'appréciation globale du risque de confusion, le fait que les services éducatifs en cause ne sont pas fournis sur une base quotidienne ou hebdomadaire (point 31 de la décision attaquée) accroît les possibilités que le public ciblé soit induit en erreur par un souvenir imprécis de la configuration des marques. À cet égard, il convient de rappeler que le public ciblé doit se fier à l'image imparfaite des marques qu'il a gardée en mémoire (voir point 47 ci-dessus).

77 L'application du principe de l'interdépendance entre les différents facteurs confirme cette conclusion. En effet, il peut exister un risque de confusion, malgré un faible degré de similitude entre les marques, lorsque la similitude des produits ou services couverts par celles-ci est grande (voir arrêt Lloyd Schuhfabrik Meyer, précité, point 21). En l'espèce, ainsi qu'il a déjà été constaté, les services

«développement et organisation de cours par correspondance» couverts par la marque antérieure sont identiques aux «services d'éducation, en particulier cours d'anglais» désignés par la demande de marque communautaire. Cette identité a pour corollaire que les différences entre les marques en cause sont atténuées dans l'appréciation globale du risque de confusion.

78 Il résulte de l'ensemble des considérations qui précèdent que la chambre de recours a considéré à tort qu'il n'existe pas un risque de confusion entre les marques en cause et qu'elle a, par conséquent, commis une violation de l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 40/94.

79 Il s'ensuit que la décision attaquée doit être annulée en ce qu'elle porte sur l'analyse du risque de confusion entre la marque demandée et la marque antérieure pour autant que cette dernière vise les services relevant de la classe 41 «développement et organisation de cours par correspondance», pour lesquels l'usage sérieux de cette dernière marque a été prouvé.

Sur les dépens

80 Aux termes de l'article 87, paragraphe 3, du règlement de procédure, le Tribunal peut répartir les dépens si les parties succombent respectivement sur un ou plusieurs chefs. En l'espèce, le recours n'ayant été que partiellement accueilli, il sera fait une juste appréciation des circonstances de la cause en décidant que la partie défenderesse supportera ses propres dépens ainsi que les deux tiers des dépens de la requérante. Cette dernière supportera un tiers de ses propres dépens.

Par ces motifs,

LE TRIBUNAL (quatrième chambre),

déclare et arrête:

1) **La décision de la troisième chambre de recours de l'Office de l'harmonisation dans le marché intérieur (marques, dessins et modèles) du 18 octobre 2000 (affaire R 074/2000-3) est annulée en ce qu'elle porte sur l'analyse du risque de confusion entre les marques en conflit.**

2) **Le recours est rejeté pour le surplus.**

3) **La partie défenderesse supportera ses propres dépens ainsi que les deux tiers de ceux supportés par la partie requérante. Cette dernière supportera un tiers de ses propres dépens.**

Vilaras Tiili Mengozzi

Ainsi prononcé en audience publique à Luxembourg, le 23 octobre 2002.

Le greffier

H. Jung

Le président

M. Vilaras