

DOCUMENT DE TRAVAIL

ARRÊT DU TRIBUNAL (dixième chambre)

10 février 2021 (*)

« Marque de l'Union européenne – Procédure d'opposition – Demande de marque de l'Union européenne figurative PANTHÉ – Marques nationales verbale et figurative antérieures PANTHER et marque de l'Union européenne figurative antérieure P PANTHER – Motif relatif de refus – Absence de risque de confusion – Article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement (CE) no 207/2009 [devenu article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement (UE) 2017/1001] – Preuve de l'usage sérieux de la marque antérieure »

Dans l'affaire T-117/20,

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

partie requérante,

contre

Office de l'Union européenne pour la propriété intellectuelle (EUIPO), représenté par M. L. Rampini, en qualité d'agent,

partie défenderesse,

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

MKR Design Srl, établie à Milan (Italie), représentée par M^e G. Dragotti, avocat,

ayant pour objet un recours formé contre la décision de la cinquième chambre de recours de l'EUIPO du 5 décembre 2019 (affaire R [378/2019-5](#)), relative à une procédure d'opposition entre El Corte Inglés et MKR Design,

LE TRIBUNAL (dixième chambre),

composé de MM. A. Kornezov, président, E. Buttigieg (rapporteur) et M^{me} K. Kowalik-Bańczyk, juges,

greffier : M. E. Coulon,

vu la requête déposée au greffe du Tribunal le 21 février 2020,

vu le mémoire en réponse de l'EUIPO déposé au greffe du Tribunal le 2 juillet 2020,

vu le mémoire en réponse de l'intervenante déposé au greffe du Tribunal le 9 juillet 2020,

vu l'absence de demande de fixation d'une audience présentée par les parties dans le délai de trois semaines à compter de la signification de la clôture de la phase écrite de la procédure et ayant décidé, en application de l'article 106, paragraphe 3, du règlement de procédure du Tribunal, de statuer sans phase orale de la procédure,

rend le présent

Arrêt

Antécédents du litige

1 Le 14 février 2017, l'intervenante, MKR Design Srl, a présenté une demande d'enregistrement de marque de l'Union européenne à l'Office de l'Union européenne pour la propriété intellectuelle (EUIPO), en vertu du règlement (CE) n° 207/2009 du Conseil, du 26 février 2009, sur la marque de l'Union européenne (JO 2009, L 78, p. 1), tel que modifié [remplacé par le règlement (UE) 2017/1001 du Parlement européen et du Conseil, du 14 juin 2017, sur la marque de l'Union européenne (JO 2017, L 154, p. 1)].

2 La marque dont l'enregistrement a été demandé est le signe figuratif suivant :



3 Les produits pour lesquels l'enregistrement a été demandé relèvent notamment de la classe 25 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 à la description suivante : « Vêtements ; chapellerie ».

4 La demande de marque de l'Union européenne a été publiée au *Bulletin des marques de l'Union européenne* n° 2017/067, du 6 avril 2017.

5 Le 15 juin 2017, la requérante, El Corte Inglés, SA, a formé opposition, au titre de l'article 41 du règlement n° 207/2009 (devenu article 46 du règlement 2017/1001), à l'enregistrement de la marque demandée, pour les produits cités au point 3 ci-dessus.

6 Cette opposition était fondée sur les marques antérieures suivantes :

- la marque espagnole verbale PANTHER, enregistrée le 21 février 1956 sous le numéro 300031, pour les produits « collants, chaussettes, leggings » relevant de la classe 25, actuellement renouvelée jusqu'au 23 décembre 2025 ;
- la marque espagnole figurative enregistrée le 5 octobre 1978 sous le numéro 828854, pour les produits « collants, chaussettes, chemises ; tricots [vêtements] et vêtements en général pour les hommes, les femmes et les enfants » relevant de la classe 25, reproduite ci-après :



- la marque de l'Union européenne figurative enregistrée le 20 août 2013 sous le numéro [4762647](#), notamment pour les produits « tricots et polos » relevant de la classe 25, reproduite ci-après :



7 Le motif invoqué à l'appui de l'opposition était celui visé à l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 207/2009 [devenu article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement 2017/1001].

8 Par lettre datée du 15 janvier 2018, l'intervenante a demandé à l'EUIPO d'inviter la requérante à apporter la preuve de l'usage des marques espagnoles verbale et figurative antérieures, conformément à l'article 42, paragraphes 2 et 3, du règlement n° 207/2009 [devenu article 47, paragraphes 2 et 3 du règlement 2017/1001]. Le 5 février 2018, l'EUIPO a invité la requérante à apporter cette preuve. Le 10 avril 2018, la requérante a déféré à cette demande.

9 Par décision du 20 décembre 2018, la division d'opposition de l'EUIPO a rejeté l'opposition dans son intégralité, estimant, en premier lieu, qu'il n'existait pas de risque de confusion en ce qui concerne les marques figuratives antérieures et la marque demandée et, en second lieu, que l'usage sérieux de la marque espagnole verbale antérieure n'avait pas été suffisamment démontré pour les produits sur lesquels l'opposition était fondée.

10 Le 13 février 2019, la requérante a formé un recours auprès de l'EUIPO, au titre des articles 66 à 71 du règlement 2017/1001, contre la décision de la division d'opposition.

11 Par décision du 5 décembre 2019 (ci-après la « décision attaquée »), la cinquième chambre de recours de l'EUIPO a rejeté le recours. En premier lieu, s'agissant des deux marques figuratives antérieures, la chambre de recours a confirmé l'appréciation de la division d'opposition en considérant, en substance, que, en raison des différences sur le plan visuel et sur le plan conceptuel entre les signes en conflit, il n'y avait pas de risque de confusion, sans qu'il soit nécessaire d'apprécier la preuve de l'usage sérieux de la marque espagnole figurative antérieure. En second lieu, s'agissant de la marque espagnole verbale antérieure PANTHER, la chambre de recours a estimé que les éléments de preuve produits par la requérante pour démontrer l'usage sérieux de cette marque pour les produits « collants, chaussettes, leggings » relevant de la classe 25, sur lesquels l'opposition était fondée, étaient insuffisants.

Conclusions des parties

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

- annuler la décision attaquée en tant qu'elle fait droit à la demande d'enregistrement de la marque demandée pour les produits en cause, relevant de la classe 25 ;
- condamner l'EUIPO et l'intervenante aux dépens.

13 L'EUIPO et l'intervenante concluent à ce qu'il plaise au Tribunal :

- rejeter le recours dans son intégralité ;
- condamner la requérante aux dépens.

En droit

14 À titre liminaire, il y a lieu de constater que, compte tenu de la date d'introduction de la demande d'enregistrement en cause, à savoir le 14 février 2017, qui est déterminante aux fins de l'identification du droit matériel applicable, les faits de l'espèce sont régis par les dispositions matérielles du règlement n° 207/2009, tel que modifié par le règlement (UE) 2015/2424 du Parlement européen et du Conseil, du 16 décembre 2015 (JO 2015, L 341, p. 21) (voir, en ce sens, arrêt du 18 juin 2020, Primart/EUIPO, C-702/18 P, EU:C:2020:489, point 2 et jurisprudence citée). Par ailleurs, dans la mesure où, selon une jurisprudence constante, les règles de procédure sont généralement censées s'appliquer à la date à laquelle elles entrent en vigueur (voir arrêt du 11 décembre 2012, Commission/Espagne, C-610/10, EU:C:2012:781, point 45 et jurisprudence citée), le litige est régi par les dispositions procédurales du règlement 2017/1001.

15 Par suite, en l'espèce, en ce qui concerne les règles de fond, il convient d'entendre les références faites à l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement 2017/1001 par la chambre de recours dans la décision attaquée et par l'EUIPO ainsi que par l'intervenante dans leur mémoire en réponse respectif comme visant l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 207/2009, d'une teneur identique.

16 À l'appui de son recours, la requérante soulève, en substance, deux moyens, le premier étant tiré de la violation de l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 207/2009 et, le second, de la violation de l'article 42, paragraphes 2 et 3, du règlement n° 207/2009.

Sur le premier moyen tiré de la violation de l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 207/2009

17 Par le premier moyen tiré de la violation de l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 207/2009, la requérante fait valoir que, au regard de la similitude globale des signes en conflit et de l'identité ou de la forte similitude des produits en cause, c'est à tort que la chambre de recours a conclu à l'absence de risque de confusion en ce qui concerne les deux marques figuratives antérieures mentionnées aux deuxième et troisième tirets du point 6 ci-dessus et la marque demandée.

18 L'EUIPO et l'intervenante contestent cette argumentation.

19 Aux termes de l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 207/2009, 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 cette marque 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 sur lequel la marque antérieure est protégée. Le risque de confusion comprend le risque d'association avec la marque antérieure.

20 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 d'entreprises liées économiquement. 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 des services en cause, et en tenant compte de tous les facteurs pertinents en l'espèce, notamment de l'interdépendance de la similitude des signes et de celle des produits ou des services désignés [voir arrêt du 22 septembre 2016, Sun Cali/EUIPO – Abercrombie & Fitch Europe (SUN CALI), T-512/15, EU:T:2016:527, point 44 et jurisprudence citée].

21 Aux fins de l'application de l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 207/2009, un risque de confusion présuppose à la fois une identité ou une similitude des marques en conflit et une identité ou une similitude des produits ou des services qu'elles désignent. Il s'agit là de conditions cumulatives [voir arrêt du 22 janvier 2009, Commercys/OHMI – easyGroup IP Licensing (easyHotel), T-316/07, EU:T:2009:14, point 42 et jurisprudence citée].

22 C'est à la lumière de ces considérations qu'il y a lieu d'examiner si c'est à juste titre que la chambre de recours a estimé qu'il n'existait pas de risque de confusion, au sens de l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 207/2009, en ce qui concerne les deux marques figuratives antérieures mentionnées au point 6 ci-dessus et la marque demandée.

23 En l'espèce, il y a lieu de constater, s'agissant du public pertinent, que les marques figuratives sur lesquelles est fondée l'opposition étant une marque de l'Union européenne et une marque espagnole, le territoire au regard duquel le risque de confusion doit être apprécié est, respectivement, celui de l'Union européenne et celui de l'Espagne, ainsi que la chambre de recours l'a relevé sans que cela soit contesté par les parties. La chambre de recours a par ailleurs précisé, au point 24 de la décision attaquée, que le public pertinent était composé du grand public ainsi que de professionnels du secteur de l'habillement et que son niveau d'attention variait de moyen à élevé. Cette définition du public pertinent n'est pas non plus contestée par les parties.

24 Il y a également lieu de constater, s'agissant de la comparaison des produits en cause, que, au point 19 de la décision attaquée, la chambre de recours a relevé que les « vêtements » désignés par la marque demandée étaient identiques aux « tricots et polos » désignés par la marque de l'Union européenne figurative antérieure ainsi qu'aux « vêtements en général pour les hommes, les femmes et les enfants » désignés par la marque espagnole figurative antérieure. En outre, il ressort du point 20 de la décision attaquée que les produits de « chapellerie » désignés par la marque demandée présentent un degré de similitude élevé avec les articles d'habillement désignés par les marques figuratives antérieures, vu qu'ils ont la même destination, les mêmes utilisateurs finaux, les mêmes canaux de distribution et qu'ils sont souvent fabriqués par les mêmes entreprises. Cette conclusion n'est pas contestée par les parties.

Sur la comparaison des signes

25 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. La perception des marques qu'a le consommateur moyen des produits ou des services en cause joue un rôle déterminant dans l'appréciation globale dudit risque. À cet égard, le consommateur moyen perçoit normalement une marque comme un tout et ne se livre pas à un examen de ses différents détails (voir arrêt du 12 juin 2007, OHMI/Shaker, C-334/05 P, EU:C:2007:333, point 35 et jurisprudence citée).

26 En l'espèce, la chambre de recours a considéré qu'il existait une forte similitude phonétique entre les signes en conflit pour la partie des consommateurs qui étaient en mesure de lire le mot « panther » dans les marques figuratives antérieures, alors qu'elle a estimé que lesdits signes n'étaient visuellement et conceptuellement pas similaires.

27 La requérante conteste ces appréciations de la chambre de recours.

– *Sur la comparaison visuelle*

28 S’agissant de la marque de l’Union européenne antérieure, la chambre de recours a estimé que la lettre majuscule « P » et l’élément figuratif représentant un félin noir en constituaient les éléments dominants, tandis que le mot placé derrière ce dernier élément était à peine lisible, surtout pour les personnes qui ne connaissaient pas le terme anglais « panther ». S’agissant de la marque espagnole figurative antérieure, la chambre de recours a relevé qu’elle incluait l’élément verbal supplémentaire « El Corte Inglés S.A. Madrid », lequel ne pouvait pas être entièrement ignoré. Constatant enfin que la marque demandée était composée du mot « panthé » placé à l’intérieur d’un cadre, la chambre de recours a conclu que, dans leur ensemble, les signes étaient visuellement différents.

29 La requérante conteste cette appréciation. Elle fait valoir que la lettre majuscule « P » n’est pas un élément dominant de la marque de l’Union européenne antérieure, car les consommateurs ne prêteraient pas beaucoup d’attention à une lettre unique, de même qu’ils ne la percevraient pas comme le nom de la marque. Les deux marques antérieures seraient plutôt dominées, outre l’élément figuratif représentant un félin noir, par le mot « panther » placé derrière cet élément figuratif. En outre, ce mot serait lisible pour les consommateurs dans les deux marques antérieures, non seulement parce que les lettres incomplètes pourraient être immédiatement déchiffrées, mais aussi parce que la représentation d’un félin noir permettrait aux consommateurs d’identifier plus facilement le mot placé derrière elle. En outre, la requérante souligne que les marques figuratives antérieures sont bien connues en Espagne, de sorte que tous les consommateurs espagnols sauraient que la représentation du félin noir désigne le mot « panther » et qu’il s’agit du nom de ces marques.

30 Ensuite, la requérante soutient que le mot « panther » est un mot courant et qu’il se prononce de manière très similaire dans la plupart des pays de l’Union.

31 Enfin, la requérante fait valoir que la décision attaquée serait en contradiction avec la décision de la même chambre de recours de l’EUIPO du 27 janvier 2020 (affaires R [1443/2019-5](#) et R [1449/2019-5](#), El Corte Inglés/Slazengers, ci-après la « décision El Corte Inglés/Slazengers »), alors que ces affaires seraient analogues à la présente affaire, puisqu’elles portaient également sur une opposition fondée notamment sur la même marque de l’Union européenne figurative. En particulier, la requérante soutient que, dans cette décision, la chambre de recours a conclu à la possibilité pour les consommateurs d’identifier le mot « panther » dans ladite marque et, par conséquent, à l’existence d’une similitude sur le plan visuel entre cette marque et la marque verbale PANTHER en cause dans les affaires ayant donné lieu à ladite décision.

32 L’EUIPO et l’intervenante contestent ces arguments.

33 Il convient de relever que, même à supposer que, comme le soutient la requérante, le grand public puisse déchiffrer sans grande difficulté le mot « panther » placé, dans les deux marques figuratives antérieures, derrière la représentation d’un félin noir, il n’en reste pas moins qu’un certain nombre de différences importantes existent sur le plan visuel entre les signes en conflit.

34 En premier lieu, s’agissant des éléments purement figuratifs, il y a lieu de relever que la représentation d’un félin, très importante sur le plan visuel dans les marques figuratives antérieures, fait défaut dans la marque demandée. De même, bien que le rectangle ait une fonction purement décorative et possède donc un caractère distinctif faible, il n’en demeure pas moins qu’il revêt une certaine importance sur le plan visuel dans la marque demandée et qu’il fait défaut dans les marques figuratives antérieures.

35 En second lieu, s’agissant des éléments verbaux des signes en conflit, il convient de noter qu’ils présentent également des différences marquées. Ainsi, il y a lieu de constater que la représentation d’un félin noir couvre une partie importante de l’élément verbal « panther » des deux marques figuratives antérieures et que cet élément « panther » et l’élément verbal « panthé » de la marque demandée présentent des différences en ce qui concerne leurs polices de caractères et leurs terminaisons, à savoir, d’une part, la suite de lettres « e » et « r », et, d’autre part, le lettre « é ». De même, la marque de l’Union européenne figurative antérieure et la marque espagnole figurative antérieure comportent des éléments verbaux supplémentaires qui font défaut dans la marque demandée, à savoir, respectivement, la lettre majuscule « P » et l’élément verbal « El Corte Inglés S.A. Madrid ».

36 En raison de tous ces éléments considérés dans leur ensemble, l’impression globale produite sur le plan visuel par les marques figuratives antérieures diffère de façon évidente de celle produite par la marque demandée. Il s’ensuit que la chambre de recours n’a pas commis d’erreur en concluant, au point 28 de la décision attaquée, que les signes en conflit étaient différents sur le plan visuel.

37 Quant à la prétendue contradiction entre la décision attaquée et la décision El Corte Inglés/Slazengers rendue postérieurement à la décision attaquée, il convient de rappeler que, selon une jurisprudence constante, la légalité des décisions des chambres de recours s’apprécie uniquement sur le fondement du règlement n° 207/2009, et non sur celui d’une pratique décisionnelle de l’EUIPO [voir arrêt du 30 juin 2004, Norma Lebensmittelfilialbetrieb/OHMI (Mehr für Ihr Geld), T-281/02, EU:T:2004:198, point 35 et jurisprudence citée].

38 En tout état de cause, il y a lieu de constater que, si, dans les affaires ayant donné lieu à la décision El Corte Inglés/Slazengers, l’opposition était fondée sur la même marque de l’Union européenne figurative que dans la présente affaire ainsi que sur une marque espagnole figurative antérieure semblable à cette marque, la différence entre la marque demandée dans les affaires ayant donné lieu à ladite décision et la marque demandée ici en cause est très marquée, de sorte que la comparaison des signes effectuée dans le cadre de cette décision ne saurait présenter de pertinence dans le cadre de la présente affaire.

– *Sur la comparaison phonétique*

39 Sur le plan phonétique, la chambre de recours a conclu à un degré de similitude élevé entre les marques figuratives antérieures et la marque demandée pour les consommateurs qui étaient en mesure de lire le mot « panther » dans les marques antérieures. Par ailleurs, la chambre de recours a relevé que les deux marques figuratives antérieures incluaient des éléments additionnels, à savoir la lettre majuscule « P » présentant un caractère dominant s’agissant de la marque de l’Union européenne antérieure et l’élément verbal « El Corte Inglés S.A. Madrid » s’agissant de la marque espagnole figurative antérieure.

40 En premier lieu, la requérante fait valoir que, dans la mesure où, dans les deux marques figuratives antérieures, il existe un élément figuratif représentant une panthère, il est raisonnable de considérer que les consommateurs perçoivent le mot « panther » placé derrière cet élément et que, dès lors que le mot identifiant l'animal en question serait écrit et prononcé de manière très similaire dans la plupart des pays de l'Union, la majorité des consommateurs comprennent ledit mot. Par conséquent, même les consommateurs qui n'arrivent pas à le lire auraient à l'esprit le concept d'une panthère et prononceraient lesdites marques en utilisant ce mot.

41 En deuxième lieu, la chambre de recours aurait considéré à tort comme pertinents pour la comparaison sur le plan phonétique la lettre majuscule « P » dans la marque de l'Union européenne antérieure et l'élément verbal « El Corte Inglés S.A. Madrid » dans la marque espagnole figurative antérieure. En effet, la lettre majuscule « P » ne serait pas prononcée par les consommateurs, car il s'agit de l'abréviation du mot « panther », comme la même chambre de recours l'a relevé dans la décision El Corte Inglés/Slazengers. S'agissant de l'élément verbal « El Corte Inglés S.A. Madrid », la requérante soutient qu'il figure en si petits caractères que les consommateurs ne le prononceraient pas.

42 En troisième lieu, la requérante fait valoir que ni la présence de la lettre « r » à la fin de l'élément verbal « panther » des marques figuratives antérieures ni l'accent au-dessus de la lettre « é » dans la marque demandée n'introduisent de différence phonétique significative, la prononciation des signes en conflit étant très similaire.

43 L'EUIPO et l'intervenante contestent ces arguments.

44 À cet égard, il convient de relever que la requérante reconnaît que la lettre « r » présente dans les marques figuratives antérieures ainsi que l'accent sur la lettre « é » de la marque demandée sont susceptibles d'introduire une différence sur le plan phonétique entre les signes en conflit, bien que cette différence ne soit pas significative. Il s'ensuit que l'argumentation de la requérante n'est pas de nature à remettre en cause l'appréciation de la chambre de recours selon laquelle il existait un degré élevé de similitude entre ces marques sur le plan phonétique.

45 S'agissant de l'appréciation de la chambre de recours selon laquelle ce degré élevé de similitude existe seulement pour la partie du public qui est en mesure d'identifier le mot « panther » placé derrière la représentation d'un félin noir dans les marques figuratives antérieures, les arguments de la requérante tendant à faire constater que cette conclusion serait valide pour l'ensemble du public pertinent ne sont pas susceptibles de remettre en cause le bien-fondé de la décision attaquée. En effet, ainsi qu'il résulte des points 58 à 65 ci-après, l'existence d'un risque de confusion est exclue également pour la partie du public pertinent reconnaissant le mot « panther » dans les marques figuratives antérieures et à l'égard de laquelle ces marques et la marque demandée présentent un degré élevé de similitude phonétique.

46 En outre, contrairement à ce que semble sous-entendre la requérante, la chambre de recours n'a pas accordé, dans son analyse, une pertinence particulière à la lettre majuscule « P » figurant dans la marque de l'Union européenne antérieure et aux mots en petits caractères composant l'élément verbal « El Corte Inglés S.A. Madrid » de la marque espagnole figurative antérieure, mais s'est correctement limitée à constater, au point 29 de la décision attaquée, que ces éléments pourraient introduire une différence phonétique supplémentaire.

47 Il s'ensuit que la chambre de recours a, à bon droit, conclu à un degré de similitude élevé des signes en conflit sur le plan phonétique pour les consommateurs qui sont en mesure d'identifier le mot « panther » dans les marques antérieures.

– *Sur la comparaison conceptuelle*

48 Sur le plan conceptuel, la chambre de recours a estimé que la marque demandée était perçue par le public pertinent comme un mot fantaisiste sans signification, tandis que les marques figuratives antérieures étaient immédiatement associées au concept d'un félin noir. Elle en a conclu que les signes en conflit étaient conceptuellement différents.

49 La requérante fait valoir, en premier lieu, que le mot « panthé » pourra être perçu par les consommateurs comme un mot mal orthographié constituant une référence au terme « panther », car, lorsque les consommateurs sont confrontés à des mots qui n'ont aucun sens, ils ont tendance à les associer à des mots qu'ils connaissent et, en l'espèce, le terme « panthé » serait perçu comme renvoyant au mot « panther », qui serait le mot le plus proche dans la plupart des langues de l'Union.

50 En second lieu, la requérante soutient que les marques figuratives antérieures ne seront pas associées, comme l'affirme la chambre de recours, génériquement à « un félin noir », mais le seront plutôt à une panthère noire, dont le concept est renforcé par les mots placés derrière la représentation de cet animal. La requérante en conclut que les marques figuratives antérieures et la marque demandée sont conceptuellement très similaires.

51 L'EUIPO et l'intervenante contestent les arguments de la requérante.

52 À cet égard, il n'est pas contesté que le terme « panthé » figurant dans la marque demandée est un terme fantaisiste dépourvu de signification pour le public pertinent. Si la requérante soutient que, dans « la plupart des langues de l'Union », le mot le plus proche de ce terme est le mot « panther », figurant dans les marques figuratives antérieures, elle n'identifie pas les langues auxquelles elle fait référence. Par ailleurs, d'une part, il y a lieu de relever que le mot « panther » n'existe pas dans toutes les langues de l'Union. D'autre part, il convient de constater, à la suite de l'EUIPO, que, dans les langues anglaise, danoise et espagnole, les mots « panther », « panter » et « pantera » s'écrivent et se prononcent de manière suffisamment différente du mot « panthé » pour empêcher le public pertinent de percevoir dans ce dernier mot une référence au concept de panthère.

53 Par conséquent, il y a lieu de constater que la requérante n'est pas fondée à remettre en cause l'appréciation de la chambre de recours selon laquelle les signes en conflit ne sont pas similaires sur le plan conceptuel.

Sur l'appréciation globale du risque de confusion

54 L'appréciation globale du risque de confusion implique une certaine interdépendance des facteurs pris en compte et, notamment, de la similitude des marques et de celle des produits ou des services désignés. Ainsi, un faible degré de similitude entre les produits ou les services désignés peut être compensé par un degré élevé de similitude entre les marques, et inversement [arrêts du 29 septembre 1998, Canon, C-39/97, EU:C:1998:442, point 17, et du 14 décembre 2006, Mast-Jägermeister/OHMI – Licorera Zacapaneca (VENADO avec cadre e.a.), T-81/03, T-82/03 et T-103/03, EU:T:2006:397, point 74].

55 En l'espèce, dans l'appréciation globale du risque de confusion, la chambre de recours a considéré que le public pertinent attacherait plus d'importance à l'aspect visuel qu'à l'aspect phonétique et que, par voie de conséquence, bien que les produits en cause fussent pour partie identiques et pour partie similaires à un degré élevé, la similitude phonétique entre les signes en conflit ne pouvait pas compenser la différence desdits signes sur les plans visuel et conceptuel.

56 Premièrement, la requérante affirme que le principe d'interdépendance, rappelé au point 54 ci-dessus, signifie, à l'inverse de ce qu'a décidé la chambre de recours, que, pour des produits identiques, comme ce serait le cas en l'espèce, même si une similitude n'est confirmée entre les signes en conflit que sur un seul aspect pertinent, un risque de confusion existe. Deuxièmement, la chambre de recours aurait conclu à tort que l'aspect visuel était prépondérant, puisque la plupart des consommateurs auraient tendance à prononcer les marques, et pas seulement à les lire. En outre, comme la requérante l'a fait valoir à propos de la comparaison des signes en conflit, la similitude entre ceux-ci serait, en l'espèce, non seulement phonétique, mais également conceptuelle et visuelle. Troisièmement, la requérante soutient que, contrairement à ce qui a été décidé au point 38 de la décision attaquée, la chambre de recours aurait dû apprécier la valeur probante des éléments de preuve produits par la requérante pour prouver l'usage sérieux de la marque espagnole figurative antérieure.

57 L'EUIPO et l'intervenante contestent les arguments de la requérante.

58 En premier lieu, en ce que la requérante prétend, en substance, que la seule similitude phonétique constatée entre les signes en conflit aurait dû avoir pour conséquence la constatation de l'existence d'un risque de confusion, eu égard au fait que les produits en cause sont pour partie identiques et pour partie similaires, il convient de rappeler qu'il est certes exact qu'il ne saurait être exclu que la seule similitude phonétique des signes en conflit puisse créer un risque de confusion au sens de l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 207/2009. Toutefois, l'existence d'un tel risque doit être constatée dans le cadre d'une appréciation globale en ce qui concerne les similitudes conceptuelle, visuelle et phonétique entre lesdits signes. À cet égard, l'appréciation d'une éventuelle similitude phonétique n'est qu'un des facteurs pertinents dans le cadre de ladite appréciation globale [voir arrêt du 23 octobre 2015, Calida/OHMI - Quanzhou Green Garments (dadida), T-597/13, non publié, EU:T:2015:804, point 74 et jurisprudence citée].

59 Dès lors, il ne saurait être déduit du principe d'interdépendance rappelé au point 54 ci-dessus qu'il y a nécessairement un risque de confusion chaque fois qu'une similitude phonétique entre deux signes est seule établie (voir arrêt du 23 octobre 2015, dadida, T-597/13, non publié, EU:T:2015:804, point 75 et jurisprudence citée).

60 En outre, il y a lieu de rappeler que, selon la jurisprudence, dans l'appréciation globale du risque de confusion, les aspects visuel, phonétique ou conceptuel des signes en conflit n'ont pas toujours le même poids et il importe d'analyser les conditions objectives dans lesquelles les marques peuvent se présenter sur le marché [voir arrêts du 6 octobre 2004, New Look/OHMI – Naulover (NLSPOORT, NLJEANS, NLACTIVE et NLCollection), T-117/03 à T-119/03 et T-171/03, EU:T:2004:293, point 49 et jurisprudence citée, et du 16 décembre 2015, Perfetti Van Melle Benelux/OHMI – Intercontinental Great Brands (TRIDENT PURE), T-491/13, non publié, EU:T:2015:979, point 103 et jurisprudence citée]. Ainsi, le degré de similitude phonétique entre deux marques est d'une importance réduite dans le cas de produits qui sont commercialisés d'une manière telle que, habituellement, le public pertinent, lors de l'achat, perçoit la marque qui les désigne sous une forme visuelle [voir arrêt du 16 décembre 2015, TRIDENT PURE, T-491/13, non publié, EU:T:2015:979, point 103 et jurisprudence citée].

61 Par ailleurs, il y a lieu de rappeler que, 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 désignant de tels produits 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 (arrêt du 6 octobre 2004, NLSPOORT, NLJEANS, NLACTIVE et NLCollection, T-117/03 à T-119/03 et T-171/03, EU:T:2004:293, point 50).

62 Au regard de la jurisprudence rappelée aux points 60 et 61 ci-dessus, les considérations énoncées par la chambre de recours au point 34 de la décision attaquée quant à l'importance majeure de l'aspect visuel des marques en conflit dans l'appréciation globale du risque de confusion dans le cas d'espèce doivent être approuvées.

63 Enfin, il y a lieu de rappeler que, selon la jurisprudence, les différences conceptuelles peuvent être de nature à neutraliser les similitudes visuelles et phonétiques si au moins une des marques en cause a, dans la perspective du public pertinent, une signification claire et déterminée, de sorte que ce public est susceptible de la saisir immédiatement [voir, en ce sens, arrêt du 14 octobre 2003, Phillips-Van Heusen/OHMI – Pash Textilvertrieb und Einzelhandel (BASS), T-292/01, EU:T:2003:264, point 54]. Au regard de cette jurisprudence, il convient de relever que, dans le cas d'espèce, les marques figuratives antérieures sont clairement associées au concept d'un félin noir, alors que la requérante n'a pas établi que la marque demandée véhiculerait un concept déterminé susceptible d'être perçu par au moins une partie du public pertinent. Par conséquent, il y a lieu de considérer que l'absence de similitude sur le plan conceptuel entre les signes en conflit est, en l'espèce, de nature à neutraliser la similitude desdits signes sur le plan phonétique.

64 En second lieu, en ce que la requérante prétend que la chambre de recours aurait dû apprécier les éléments de preuve produits à l'appui de l'usage sérieux de la marque espagnole figurative antérieure, il convient de considérer que, comme l'a relevé à juste titre l'EUIPO, la chambre de recours n'a pas commis d'erreur en omettant cette appréciation. En effet, dans la mesure où elle a conclu à l'absence de risque de confusion, la circonstance que l'usage sérieux de la marque figurative espagnole antérieure eût été dûment constaté n'aurait pas été susceptible de modifier la décision de la chambre de recours.

65 Il résulte de tout ce qui précède que la chambre de recours n'a pas commis d'erreur en concluant qu'il n'existait pas de risque de confusion en ce qui concerne les marques figuratives antérieures et la marque demandée. Il y a dès lors lieu de rejeter le présent moyen.

- 66 Par le second moyen, tiré de la violation de l'article 42, paragraphes 2 et 3, du règlement n° 207/2009, la requérante conteste l'appréciation de la chambre de recours selon laquelle les éléments de preuve présentés par la requérante afin de démontrer l'usage sérieux de la marque espagnole verbale antérieure PANTHER pour les produits « collants, chaussettes, leggings », concernés par l'opposition en tant qu'elle était fondée sur cette marque, étaient insuffisants. Elle fait valoir que la déclaration signée par son représentant légal ainsi que les autres preuves produites au cours de la procédure d'opposition démontraient l'usage sérieux de ladite marque pour lesdits produits.
- 67 Il convient de rappeler que, en vertu de l'article 21, premier alinéa, du statut de la Cour de justice de l'Union européenne, applicable à la procédure devant le Tribunal conformément à l'article 53, premier alinéa, du même statut, et de l'article 177, paragraphe 1, sous d), du règlement de procédure du Tribunal, la requête doit contenir l'objet du litige, les moyens et arguments invoqués ainsi qu'un exposé sommaire desdits moyens. Selon une jurisprudence bien établie, si le corps de la requête peut être étayé et complété, sur des points spécifiques, par des renvois à des extraits de pièces qui y sont annexées, un renvoi global à d'autres écrits ne saurait pallier l'absence des éléments essentiels de l'argumentation en droit, qui, en vertu des dispositions rappelées ci-dessus, doivent figurer dans la requête elle-même [voir arrêt du 8 juillet 2020, Scorify/EUIPO – Scor (SCORIFY), T-328/19, non publié, EU:T:2020:311, point 20 et jurisprudence citée].
- 68 Ainsi, il n'appartient pas au Tribunal de rechercher et d'identifier, dans les annexes et les mémoires, voire dans le dossier administratif de l'EUIPO, les moyens qu'il pourrait considérer comme constituant le fondement du recours (arrêt du 13 mai 2020, Peek & Cloppenburg/EUIPO – Peek & Cloppenburg (Peek), T-534/18, non publié, EU:T:2020:188, point 28).
- 69 Il n'incombe pas non plus au Tribunal de se substituer aux parties en essayant de rechercher les éléments pertinents dans les documents auxquels elles se réfèrent [arrêt du 17 avril 2008, Dainichiseika Colour & Chemicals Mfg./OHMI – Pelikan (Représentation d'un pélican), T-389/03, non publié, EU:T:2008:114, point 19].
- 70 En l'espèce, comme l'observe à juste titre l'EUIPO, il résulte de la requête que la requérante se limite à renvoyer aux éléments de preuve produits dans le cadre de la procédure administrative, sans indiquer les raisons pour lesquelles la chambre de recours aurait erronément conclu que ces éléments étaient insuffisants pour prouver l'usage sérieux de la marque espagnole verbale antérieure PANTHER pour les produits concernés par l'opposition en tant que celle-ci était fondée sur cette marque. Il s'ensuit que le présent moyen doit être écarté comme irrecevable.
- 71 Il ressort de l'ensemble des considérations qui précèdent que le recours doit être rejeté dans son intégralité.

Sur les dépens

- 72 Aux termes de l'article 134, paragraphe 1, du règlement de procédure, toute partie qui succombe est condamnée aux dépens, s'il est conclu en ce sens.
- 73 La requérante ayant succombé, il y a lieu de la condamner aux dépens, conformément aux conclusions de l'EUIPO et de l'intervenante.

Par ces motifs,

LE TRIBUNAL (dixième chambre)

déclare et arrête :

- 1) Le recours est rejeté.**
- 2) El Corte Inglés, SA, est condamnée aux dépens.**

Kornezov

Buttigieg

Kowalik-Bańczyk

Ainsi prononcé en audience publique à Luxembourg, le 10 février 2021.

Signatures