

DOCUMENT DE TRAVAIL

ARRÊT DU TRIBUNAL (sixième chambre)

3 mars 2021 (*)

« Marque de l'Union européenne – Enregistrement international désignant l'Union européenne – Marque figurative Heartfulness – Motif absolu de refus – Caractère descriptif – Article 7, paragraphe 1, sous c), du règlement (UE) 2017/1001 »

Dans l'affaire T-48/20,

Sahaj Marg Spirituality Foundation, établie à Manapakkam (Inde), représentée par M^e E. Manresa Medina, avocat,

partie requérante,

contre

Office de l'Union européenne pour la propriété intellectuelle (EUIPO), représenté par M^{me} E. Sliwinska et M. V. Ruzek, en qualité d'agents,

partie défenderesse,

ayant pour objet un recours formé contre la décision de la quatrième chambre de recours de l'EUIPO du 26 novembre 2019 (affaire R [1266/2019-4](#)), concernant l'enregistrement international désignant l'Union européenne de la marque figurative Heartfulness,

LE TRIBUNAL (sixième chambre),

composé de M^{me} A. Marcoulli, présidente, MM. S. Frimodt Nielsen et R. Norkus (rapporteur), juges,

greffier : M. E. Coulon,

vu la requête déposée au greffe du Tribunal le 28 janvier 2020,

vu le mémoire en réponse déposé au greffe du Tribunal le 23 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 19 avril 2018, la requérante, Sahaj Marg Spirituality Foundation, a désigné l'Union européenne pour l'enregistrement international n° [1433232](#). Cet enregistrement a été notifié à l'Office de l'Union européenne pour la propriété intellectuelle (EUIPO), en vertu du 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 faisant l'objet de l'enregistrement international désignant l'Union européenne est le signe figuratif suivant :



3 Les produits et services pour lesquels la protection a été demandée relèvent des classes 16, 41 et 45 au sens de l'arrangement de Nice concernant la classification internationale des produits et des services aux fins de l'enregistrement des marques, du 15 juin 1957, tel que révisé et modifié, et correspondent, pour chacune de ces classes, à la description suivante :

– classe 16 : « Produits d'imprimerie ; matériel d'instruction ou d'enseignement » ;

- classe 41 : « Éducation ; formation et activités culturelles » ;
- classe 45 : « Services de conseils en matière spirituelle ».

4 Le 12 avril 2019, l'examineur a rejeté la demande d'enregistrement de ladite marque sur le fondement de l'article 7, paragraphe 1, sous b) et c), et paragraphe 2, du règlement 2017/1001.

5 Le 10 juin 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 l'examineur.

6 Par décision du 26 novembre 2019 (ci-après la « décision attaquée »), la quatrième chambre de recours de l'EUIPO a rejeté le recours.

7 La chambre de recours a considéré, en substance, que le terme « heartfulness » décrivait une technique spécifique de relaxation et de méditation et informait le consommateur, de manière directe et sans autre réflexion, que les produits et services en cause concernaient cette technique. Ce terme fournirait suffisamment d'informations au public pertinent pour lui permettre de percevoir immédiatement, et sans autre réflexion, que lesdits services sont axés ou fondés sur le type de méditation connue sous le nom de « Heartfulness » et que lesdits produits concernent ce type de méditation. Le lien entre la marque demandée et l'objet ou la finalité des produits et des services en cause serait donc suffisamment direct pour être descriptif desdits produits et services, en dépit du fait que le public pertinent ignore de quelle façon la méditation est pratiquée et en quoi consiste exactement la méthode utilisée. Le fait que la marque demandée serve à désigner un type de méditation proposé par la requérante et à distinguer ses services n'infirmait pas l'existence du caractère descriptif de la marque demandée.

8 Partant, la chambre de recours a considéré que l'enregistrement international désignant l'Union européenne était descriptif au sens de l'article 7, paragraphe 1, sous c), du règlement 2017/1001.

9 Tout en rappelant qu'il suffisait qu'un des motifs absolus de refus énumérés à l'article 7, paragraphe 1, du règlement 2017/1001 s'applique pour que le signe ne puisse bénéficier d'une protection dans l'Union européenne, la chambre de recours a constaté qu'une marque descriptive était nécessairement dépourvue de tout caractère distinctif au sens de l'article 7, paragraphe 1, sous b), du même règlement.

Conclusions des parties

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

- annuler la décision attaquée ;
- condamner l'EUIPO aux dépens.

11 L'EUIPO conclut à ce qu'il plaise au Tribunal :

- rejeter le recours ;
- condamner la requérante aux dépens.

En droit

12 Au soutien de son recours, la requérante présente un moyen unique tiré de la violation de l'article 7, paragraphe 1, sous b) et c), et paragraphe 2, du règlement 2017/1001 et d'un non-respect de la pratique décisionnelle antérieure de l'EUIPO en matière d'enregistrement de signes contenant le terme « heart ». Ce moyen unique peut être décliné en trois branches.

Sur la première branche du moyen unique, tirée de la violation de l'article 7, paragraphe 1, sous c), du règlement 2017/1001

13 Par la première branche du moyen unique, la requérante reproche à la chambre de recours, en substance, de ne pas avoir pris en considération le fait que le terme « heartfulness » a été créé et publié par elle-même pour désigner une technique de relaxation et de méditation particulière et que, partant, les consommateurs l'identifient à la marque demandée. Les liens Internet mentionnés par l'examineur feraient également référence à la requérante.

14 L'EUIPO conteste les arguments de la requérante.

15 Aux termes de l'article 7, paragraphe 1, sous c), du règlement 2017/1001, sont refusées à l'enregistrement les marques qui sont composées exclusivement de signes ou d'indications pouvant servir, dans le commerce, pour désigner l'espèce, la qualité, la quantité, la destination, la valeur, la provenance géographique ou l'époque de la production du produit ou de la prestation du service, ou d'autres caractéristiques de ceux-ci. En vertu de l'article 7, paragraphe 2, du même règlement, l'article 7, paragraphe 1, est applicable même si les motifs de refus n'existent que dans une partie de l'Union.

16 Ces signes ou indications sont réputés incapables d'exercer la fonction essentielle de la marque, à savoir identifier l'origine commerciale du produit ou du service [arrêt du 27 février 2002, Eurocool Logistik/OHMI (EUROCOOL), T-34/00, EU:T:2002:41, point 37].

- 17 L'article 7, paragraphe 1, sous c), du règlement 2017/1001 empêche que les signes ou indications visés par lui soient réservés à une seule entreprise en raison de leur enregistrement en tant que marque. Cette disposition poursuit ainsi un but d'intérêt général, lequel exige que de tels signes ou indications puissent être librement utilisés par tous [arrêts du 23 octobre 2003, OHMI/Wrigley, C-191/01 P, EU:C:2003:579, point 31 ; du 27 février 2002, Ellos/OHMI (ELLOS), T-219/00, EU:T:2002:44, point 27, et du 7 juillet 2011, Cree/OHMI (TRUEWHITE), T-208/10, non publié, EU:T:2011:340, point 12].
- 18 En outre, des signes ou des indications pouvant servir, dans le commerce, pour désigner des caractéristiques du produit ou du service pour lequel l'enregistrement est demandé sont, en vertu de l'article 7, paragraphe 1, sous c), du règlement 2017/1001, réputés incapables d'exercer la fonction essentielle de la marque. Cette fonction consiste à identifier l'origine commerciale du produit ou du service afin de permettre au consommateur qui acquiert le produit ou le service que la marque désigne de faire, lors d'une acquisition ultérieure, le même choix si l'expérience s'avère positive ou de faire un autre choix si elle s'avère négative [arrêts du 23 octobre 2003, OHMI/Wrigley, C-191/01 P, EU:C:2003:579, point 30, et du 8 mai 2019, Battelle Memorial Institute/EUIPO (HEATCOAT), T-469/18, non publié, EU:T:2019:302, point 19].
- 19 Il en résulte que, pour qu'un signe tombe sous le coup de l'interdiction énoncée à l'article 7, paragraphe 1, sous c), du règlement 2017/1001, il faut qu'il présente avec les produits ou les services en cause un rapport suffisamment direct et concret de nature à permettre au public pertinent de percevoir immédiatement, et sans autre réflexion, une description des produits et des services en cause ou d'une de leurs caractéristiques [voir arrêts du 12 janvier 2005, Deutsche Post EURO EXPRESS/OHMI (EUROPREMIUM), T-334/03, EU:T:2005:4, point 25 et jurisprudence citée, et du 22 juin 2005, Metso Paper Automation/OHMI (PAPERLAB), T-19/04, EU:T:2005:247, point 25 et jurisprudence citée].
- 20 Partant, l'appréciation du caractère descriptif d'un signe ne peut être opérée que, d'une part, par rapport aux produits ou aux services concernés et, d'autre part, par rapport à la compréhension qu'en a le public pertinent [voir arrêt du 25 octobre 2005, Peek & Cloppenburg/OHMI (Cloppenburg), T-379/03, EU:T:2005:373, point 37 et jurisprudence citée].
- 21 C'est à la lumière de ces considérations qu'il convient d'examiner si, comme le soutient la requérante, la chambre de recours a violé l'article 7, paragraphe 1, sous c), du règlement 2017/1001.
- 22 En premier lieu, s'agissant de la détermination du public pertinent, la chambre de recours a considéré, au point 12 de la décision attaquée, que les produits et services visés par la marque demandée, lesquels peuvent avoir un rapport avec les techniques de méditation et de relaxation, s'adressaient à la fois au grand public et aux professionnels de l'éducation et du conseil en spiritualité.
- 23 La requérante ne conteste pas les appréciations de la chambre de recours. Au demeurant, aucun élément du dossier ne permet de les remettre en cause.
- 24 En second lieu, il convient de relever que la chambre de recours a constaté au point 13 de la décision attaquée, à l'instar de l'examineur, que le terme « heartfulness » décrivait une technique particulière de relaxation et de méditation et identifiait des services spécifiques dans le domaine de la pratique spirituelle. De plus, il existerait un livre sur cette technique de méditation intitulé *The Heartfulness Way*, dans lequel les principes du « heartfulness » sont décrits par un praticien/formateur Heartfulness.
- 25 La requérante confirme les appréciations de la chambre de recours, notamment aux points 16 et 30 de la requête. Toutefois, elle fait valoir qu'elle a elle-même procédé au développement de ladite technique et qu'elle utilise le terme « heartfulness » pour désigner ses produits et services. La chambre de recours aurait donc commis une erreur en n'ayant pas tenu compte du fait que les consommateurs identifiaient ce terme à la requérante.
- 26 À cet égard, il convient de relever que le fait que la marque demandée a été créée par la requérante pour désigner une méthode de méditation ou de relaxation particulière ne saurait avoir pour conséquence que ladite marque devrait automatiquement bénéficier d'un enregistrement comme marque de l'Union européenne. En effet, pour pouvoir bénéficier d'un tel enregistrement, la marque demandée doit permettre au public pertinent de percevoir immédiatement ladite marque comme une indication des produits ou des services proposés par le titulaire de cette dernière et de les distinguer ainsi des mêmes produits et services ayant une origine commerciale différente [voir arrêt du 7 novembre 2014, Kaatsu Japan/OHMI (KAATSU), T-567/12, non publié, EU:T:2014:937, point 36 et jurisprudence citée].
- 27 Or, dès lors que, ainsi que la requérante le confirme elle-même, le terme « heartfulness » est présenté en tant que technique de relaxation et de méditation particulière et non pas en tant qu'indicateur des produits et des services proposés par la requérante, c'est à juste titre que la chambre de recours a refusé l'enregistrement de la marque demandée sur le fondement de l'article 7, paragraphe 1, sous c), du règlement 2017/1001.
- 28 Ainsi que la chambre de recours l'a considéré à bon droit aux points 15 et 16 de la décision attaquée, la marque demandée sera comprise, sans autre réflexion de la part du consommateur, comme contenant des informations directes sur la nature et l'objet des produits et services visés, à savoir des produits ou des services ayant pour objet une méthode ou technique particulière de méditation et de relaxation.
- 29 Il résulte de ce qui précède que, dès lors que le terme « heartfulness » peut être utilisé pour désigner une certaine méthode ou technique de relaxation et de méditation et pour informer le consommateur, de manière directe et sans autre réflexion, que les produits et services en cause concernent cette méthode ou cette technique, il doit, eu égard à l'intérêt général que sous-tend l'article 7, paragraphe 1, sous c), du règlement 2017/1001, rester à la disposition du public et ne pas faire l'objet d'un monopole (arrêt du 7 novembre 2014, KAATSU, T-567/12, non publié, EU:T:2014:937, point 39).

30 S'agissant de l'argument de la requérante selon lequel la marque demandée n'est pas descriptive, car elle est composée d'un seul mot assorti d'une représentation particulière, il convient de relever que la chambre de recours a constaté à juste titre, au point 17 de la décision attaquée, que la représentation du mot, lequel apparaît dans une police de caractère normale, ne modifiait pas sa signification descriptive.

31 Il résulte de l'ensemble des considérations qui précèdent que c'est à bon droit que la chambre de recours a conclu que la marque en cause revêtait un caractère descriptif au sens de l'article 7, paragraphe 1, sous c), du règlement 2017/1001.

32 Par conséquent, la première branche du moyen unique doit être écartée.

Sur la deuxième branche du moyen unique, tirée de la violation de l'article 7, paragraphe 1, sous b), du règlement 2017/1001

33 Il y a lieu de relever que, ainsi qu'il ressort de l'article 7, paragraphe 1, du règlement 2017/1001, il suffit qu'un des motifs absolus de refus s'applique pour qu'un signe ne puisse être enregistré comme marque de l'Union européenne [arrêts du 14 juin 2001, Telefon & Buch/OHMI (UNIVERSALTELEFONBUCH et UNIVERSALKOMMUNIKATIONSVERZEICHNIS), T-357/99 et T-358/99, EU:T:2001:162, point 35, et du 12 mars 2019, Perry Ellis International Group/EUIPO (PRO PLAYER), T-220/16, non publié, EU:T:2019:159, point 50].

34 Par conséquent, dès lors que, ainsi qu'il ressort du point 31 ci-dessus, c'est à juste titre que la chambre de recours a considéré que le signe en cause revêtait un caractère descriptif au sens de l'article 7, paragraphe 1, sous c), du règlement 2017/1001, il n'est pas nécessaire, en l'espèce, d'examiner le bien-fondé de la deuxième branche du moyen, tirée d'une violation de l'article 7, paragraphe 1, sous b), dudit règlement (arrêt du 19 septembre 2002, DKV/OHMI, C-104/00 P, EU:C:2002:506, points 28 et 29 ; ordonnance du 13 février 2008, Indorata-Serviços e Gestão/OHMI, C-212/07 P, non publiée, EU:C:2008:83, point 28, et arrêt du 12 mars 2019, PRO PLAYER, T-220/16, non publié, EU:T:2019:159, point 51).

Sur la troisième branche du moyen unique, tirée de la pratique décisionnelle antérieure de l'EUIPO

35 Par la troisième branche du moyen, la requérante soutient que la chambre de recours aurait commis une erreur en s'écartant de sa pratique décisionnelle antérieure. Elle rappelle avoir fourni à l'EUIPO plusieurs exemples d'enregistrements de marques comportant le terme « heart » combiné avec différents autres mots et insiste plus particulièrement sur sa marque de l'Union européenne figurative antérieure heartfulness, enregistrée le 6 mai 2016 sous le numéro [14610621](#).

36 L'EUIPO conteste les arguments de la requérante.

37 Il convient de rappeler que les décisions que l'EUIPO est conduit à prendre en vertu du règlement 2017/1001 concernant l'enregistrement d'un signe en tant que marque de l'Union européenne relèvent de l'exercice d'une compétence liée et non d'un pouvoir discrétionnaire. Dès lors, la légalité des décisions des chambres de recours doit être appréciée uniquement sur la base de ce règlement, tel qu'interprété par le juge de l'Union, et non sur la base d'une pratique décisionnelle antérieure à celles-ci [arrêts du 26 avril 2007, Alcon/OHMI, C-412/05 P, EU:C:2007:252, point 65, et du 3 juillet 2013, Warsteiner Brauerei Haus Cramer/OHMI – Stuffer (ALOHA 100 % NATURAL), T-243/12, non publié, EU:T:2013:344, point 43].

38 La requérante ne saurait donc reprocher à la chambre de recours d'avoir fondé la décision attaquée sur le règlement 2017/1001, tel qu'interprété par le juge de l'Union, plutôt que sur des décisions prétendument comparables des chambres de recours de l'EUIPO ou sur la pratique antérieure de l'EUIPO en matière d'enregistrement de marques de l'Union européenne.

39 Il ressort également de la jurisprudence que l'EUIPO est tenu d'exercer ses compétences en conformité avec les principes généraux du droit de l'Union. Si, eu égard aux principes d'égalité de traitement et de bonne administration, l'EUIPO doit prendre en considération les décisions déjà prises sur des demandes similaires et s'interroger avec une attention particulière sur la question de savoir s'il y a lieu ou non de décider dans le même sens, l'application de ces principes doit toutefois être conciliée avec le respect du principe de légalité. Par conséquent, la personne qui demande l'enregistrement d'un signe en tant que marque ne saurait invoquer à son profit une illégalité éventuelle commise en faveur d'autrui afin d'obtenir une décision identique [voir, en ce sens, arrêts du 10 mars 2011, Agencja Wydawnicza Technopol/OHMI, C-51/10 P, EU:C:2011:139, points 73 à 76, et du 21 mars 2014, FTI Touristik/OHMI (BigXtra), T-81/13, non publié, EU:T:2014:140, point 52].

40 En outre, pour des raisons de sécurité juridique et de bonne administration, l'examen de toute demande d'enregistrement doit être strict et complet afin d'éviter que des marques ne soient enregistrées de manière indue. Cet examen doit avoir lieu dans chaque cas concret. En effet, l'enregistrement d'un signe en tant que marque dépend de critères spécifiques, applicables dans le cadre des circonstances factuelles du cas d'espèce, destinés à vérifier si le signe en cause ne relève pas d'un motif de refus [voir, en ce sens, arrêts du 10 mars 2011, Agencja Wydawnicza Technopol/OHMI, C-51/10 P, EU:C:2011:139, point 77, et du 9 mars 2017, Maximum Play/EUIPO (MAXPLAY), T-400/16, non publié, EU:T:2017:152, point 49].

41 En l'espèce, la demande de marque de l'Union européenne présentée par la requérante se heurte à l'un des motifs de refus énoncés à l'article 7, paragraphe 1, du règlement 2017/1001. Dans la mesure où il a été considéré au point 31 ci-dessus que la chambre de recours avait conclu à bon droit que l'enregistrement de la marque demandée pour les produits en cause était incompatible avec ledit règlement, la requérante ne peut utilement invoquer, aux fins d'infirmer cette conclusion, la pratique décisionnelle antérieure de l'EUIPO.

42 Par ailleurs, il ressort des points 20 à 23 de la décision attaquée que la chambre de recours a bien pris en compte les décisions antérieures invoquées par la requérante. S'agissant en particulier des décisions relatives aux marques comportant le terme « heartfulness », il ressort du point 23 de la décision attaquée que, le 22 avril 2016, soit peu de temps avant d'accepter, le 6 mai 2016, l'enregistrement de la marque de l'Union européenne figurative heartfulness n° [14610621](#), l'EUIPO a rejeté la demande de marque verbale HEARTFULNESS n° [14610612](#), déposée par la requérante et désignant essentiellement les mêmes produits et services que ceux de l'espèce. L'EUIPO a également rejeté, le 11 janvier 2017, une autre demande de la requérante visant l'enregistrement de la marque verbale center for heartfulness, n° [15608516](#), désignant notamment des « ateliers et séminaires en matière de conscience de soi ; services d'éducation », relevant de la classe 41. Comme en l'espèce, l'EUIPO avait considéré que les marques verbales demandées étaient descriptives des produits et services concernés.

43 Dans la décision attaquée, la chambre de recours a donc pu conclure à juste titre qu'il n'existait pas une pratique décisionnelle de l'EUIPO consistant à enregistrer le terme « heartfulness », représenté sans aucun élément figuratif distinctif, pour les produits et services en cause.

44 Par conséquent, il y a lieu de rejeter la troisième branche du moyen unique.

45 Partant, le recours doit être rejeté dans son ensemble.

Sur les dépens

46 Aux termes de l'article 134, paragraphe 1, du règlement de procédure du Tribunal, toute partie qui succombe est condamnée aux dépens, s'il est conclu en ce sens.

47 En l'espèce, la requérante ayant succombé, il y a lieu de la condamner aux dépens, conformément aux conclusions de l'EUIPO.

Par ces motifs,

LE TRIBUNAL (sixième chambre)

déclare et arrête :

- 1) **Le recours est rejeté.**
- 2) **Sahaj Marg Spirituality Foundation supportera, outre ses propres dépens, les dépens de l'Office de l'Union européenne pour la propriété intellectuelle (EUIPO).**

Marcoulli

Frimodt Nielsen

Norkus

Ainsi prononcé en audience publique à Luxembourg, le 3 mars 2021.

Signatures

* Langue de procédure : l'anglais.