

**DOCUMENT DE TRAVAIL****ARRÊT DU TRIBUNAL (deuxième chambre)**

20 janvier 2021 (\*)

« Marque de l'Union européenne – Procédure d'opposition – Demande de marque de l'Union européenne figurative BBQLOUMI – Marque collective de l'Union européenne verbale antérieure HALLOUMI – 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] »

Dans l'affaire T-328/17 RENV,

**Foundation for the Protection of the Traditional Cheese of Cyprus named Halloumi**, établie à Nicosie (Chypre), représentée par M. S. Malynicz, QC, M<sup>me</sup> V. Marsland, solicitor, et M. S. Baran, barrister,

partie requérante,

contre

**Office de l'Union européenne pour la propriété intellectuelle (EUIPO)**, représenté par MM. D. Gája et V. Ruzek, en qualité d'agents,

partie défenderesse,

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

**M. J. Dairies EOOD**, établie à Sofia (Bulgarie), représentée par M<sup>e</sup> D. Dimitrova, avocate,

ayant pour objet un recours formé contre la décision de la quatrième chambre de recours de l'EUIPO du 16 mars 2017 (affaire R [497/2016-4](#)), relative à une procédure d'opposition entre la Foundation for the Protection of the Traditional Cheese of Cyprus named Halloumi et M. J. Dairies,

LE TRIBUNAL (deuxième chambre),

composé de M<sup>me</sup> V. Tomljenović, présidente, M. F. Schalin (rapporteur) et M<sup>me</sup> P. Škvařilová-Pelzl, juges,

greffier : M<sup>me</sup> A. Juhász-Tóth, administratrice,

vu la phase écrite de la procédure et à la suite de l'audience du 29 septembre 2020,

rend le présent

**Arrêt****Antécédents du litige**

1 Le 9 juillet 2014, l'intervenante, M. J. Dairies EOOD, 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<sup>o</sup> 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 en couleur et correspondant à la représentation suivante :





3 Les produits et les services pour lesquels l'enregistrement a été demandé relèvent des classes 29, 30 et 43 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 29 : « Produits laitiers et substituts ; fromages ; fromage à pâte fondue ; fromages ; trempettes [dips] au fromage ; extraits de viande ; plats préparés entièrement ou essentiellement à base de viande ou de produits laitiers » ;
- classe 30 : « Sandwichs ; biscuits salés [crackers] goût fromage ; condiments ; sauces ; sauce au fromage ; aliments à base de céréales » ;
- classe 43 : « Services de restaurants ; services de restauration rapide ; cafétérias ; restauration ».

4 La demande de marque a été publiée au *Bulletin des marques communautaires* n° 149/2014, du 12 août 2014.

5 Le 12 novembre 2014, la requérante, Foundation for the Protection of the Traditional Cheese of Cyprus named Halloumi, 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 tous les produits et les services visés au point 3 ci-dessus.

6 L'opposition était notamment fondée sur la marque collective de l'Union européenne verbale antérieure HALLOUMI, enregistrée le 14 juillet 2000 sous le numéro [1082965](#), désignant les produits relevant de la classe 29 et correspondant à la description suivante : « Fromages ».

7 Les motifs invoqués à l'appui de l'opposition étaient ceux visés à l'article 8, paragraphe 1, sous b), et paragraphe 5, du règlement n° 207/2009 [devenu article 8, paragraphe 1, sous b), et paragraphe 5, du règlement 2017/1001].

8 Le 15 janvier 2016, la division d'opposition a rejeté l'opposition et condamné la requérante aux dépens.

9 Le 15 mars 2016, la requérante a formé un recours auprès de l'EUIPO, au titre des articles 58 à 64 du règlement n° 207/2009 (devenus articles 66 à 71 du règlement 2017/1001), contre la décision de la division d'opposition.

10 Par décision du 16 mars 2017 (ci-après la « décision attaquée »), la quatrième chambre de recours de l'EUIPO a rejeté le recours et condamné la requérante à supporter les frais exposés aux fins des procédures d'opposition et de recours.

11 Tout d'abord, la chambre de recours a examiné la nature de la marque antérieure et énoncé que, nonobstant sa qualité de marque collective, s'agissant d'une procédure portant sur des motifs relatifs de refus d'enregistrement, d'une part, cette marque devait posséder un caractère distinctif intrinsèque et, d'autre part, un éventuel caractère distinctif élevé devait avoir été acquis par un usage en tant que marque.

12 Or, le caractère distinctif intrinsèque de la marque antérieure serait faible dès lors que le terme « halloumi » désignerait un type particulier de fromage produit selon une certaine méthode à Chypre et qui présenterait des caractéristiques particulières liées à sa composition et à son goût, de sorte que ledit terme serait utilisé de longue date en tant que nom générique.

13 Ensuite, la chambre de recours a considéré que, au sens de l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 207/2009, il n'existait aucun risque de confusion entre la marque antérieure et la marque demandée. À ce titre, elle a retenu qu'il y avait lieu de comparer les marques en conflit en se fondant sur la perception du grand public dans l'Union européenne.

14 S'agissant de la comparaison des produits et des services, la chambre de recours a estimé que l'opposition n'était pertinente qu'à l'égard des produits visés par la marque demandée et relevant de la classe 29, les produits couverts par les marques en conflit pouvant être identiques ou similaires, à l'exception des « extraits de viande », ainsi qu'à l'égard des produits visés par la marque demandée relevant de la classe 30, les produits en cause pouvant être similaires à certains degrés. En revanche, les services relevant de la classe 43 visés par la marque demandée auraient été différents des fromages.

15 S'agissant de la comparaison des signes, la chambre de recours a considéré que la similitude visuelle était faible, car ils ne coïncidaient que par la suite des lettres « l », « o », « u », « m » et « i », qu'ils étaient différents sur le plan phonétique et également différents sur le plan conceptuel dans la mesure où le signe demandé n'aurait pas clairement véhiculé le sens attaché au terme « halloumi », ni même le concept de fromage.

16 S'agissant de l'appréciation globale du risque de confusion, les éléments de preuve produits par la requérante démontreraient tout au plus que le terme « halloumi » est utilisé dans l'ensemble de l'Union en tant que nom générique d'une spécialité fromagère de Chypre et ils seraient insuffisants pour établir un usage intensif en tant que marque désignant des fromages.

17 Ce constat s'appliquerait également en ce qui concerne Chypre et la Grèce, puisque la requérante n'aurait pas davantage produit d'éléments concernant la perception réelle de la marque HALLOUMI autrement que comme un type de fromage. L'appréciation du risque de confusion devrait donc reposer sur le constat du caractère distinctif intrinsèque faible de la marque antérieure.

18 La chambre de recours a donc conclu à l'absence de risque de confusion compte tenu du faible caractère distinctif de la marque antérieure, de la faible similitude des signes en cause sur le plan visuel, de l'absence de similitude desdits signes sur les plans phonétique et conceptuel et au regard des différents degrés de similitude pour une partie des produits couverts par les marques en conflit.

19 Enfin, la chambre de recours a considéré que la requérante avait renoncé à continuer d'invoquer le motif d'opposition tenant à la violation de l'article 8, paragraphe 5, du règlement n° 207/2009. En tout état de cause, elle a estimé que la requérante n'avait pas démontré comment l'usage de la marque demandée permettrait de tirer un profit indu du caractère distinctif ou de la renommée de la marque antérieure ou de leur causer un préjudice.

### **Procédure devant le Tribunal et la Cour**

20 Par requête déposée au greffe du Tribunal le 26 mai 2017, la requérante a introduit un recours visant à l'annulation de la décision attaquée. La requérante a invoqué un moyen unique, tiré de la violation de l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 207/2009 et divisé en quatre branches.

21 Premièrement, la requérante reprochait à la chambre de recours d'avoir à tort caractérisé le sens et les effets des marques collectives de l'Union en ayant suivi le raisonnement du Tribunal dans les arrêts du 13 juin 2012, Organismos Kypriakis Galaktokomikis Viomichanias/OHMI – Garmo (HELLIM) (T-534/10, EU:T:2012:292), et du 7 octobre 2015, Chypre/OHMI (ΧΑΛΛΟΥΜΙ et HALLOUMI) (T-292/14 et T-293/14, EU:T:2015:752). Deuxièmement, elle estimait que ladite chambre avait méconnu les articles 66 à 68 du règlement n° 207/2009 (devenus articles 74 à 76 du règlement 2017/1001), alors que, par leur nature, les marques collectives ne permettaient pas de distinguer une même origine commerciale, mais pouvaient, en tout état de cause, indiquer une provenance géographique. Troisièmement, cette chambre aurait considéré à tort que la marque antérieure était générique, la privant ainsi de tout caractère distinctif. Quatrièmement, la constatation de l'absence de caractère distinctif aurait amené la même chambre à considérer à tort que les différences entre les marques en conflit permettaient d'éviter un risque de confusion.

22 Par arrêt du 25 septembre 2018, Foundation for the Protection of the Traditional Cheese of Cyprus named Halloumi/EUIPO – M. J. Dairies (BBQLOUMI) (T-328/17, non publié, ci-après l'« arrêt initial », EU:T:2018:594), le Tribunal a rejeté le recours et condamné la requérante aux dépens.

23 En substance, le Tribunal a considéré que la chambre de recours n'avait commis d'erreur ni dans son appréciation des caractéristiques et de la nature des marques collectives de l'Union européenne, ni dans celle du caractère distinctif de la marque antérieure.

24 Tout d'abord, le Tribunal a estimé que les éléments de preuve produits par la requérante en ce qui concernait la perception de la marque antérieure par le public pertinent, constitué du grand public de l'Union dont le niveau d'attention était, en substance, moyen, se rapportaient tous au terme « halloumi » qui désignait, de longue date, un type particulier de fromage produit selon certaines caractéristiques, mais pas à l'appartenance de celui qui commercialisait le produit en cause à une association particulière de producteurs ou de commerçants, de sorte que les éléments en question n'étaient pas pertinents pour démontrer le caractère distinctif intrinsèque de ladite marque.

25 Ensuite, le Tribunal a considéré que la chambre de recours n'avait pas davantage commis d'erreur dans son évaluation du degré de caractère distinctif devant être reconnu à la marque antérieure en tant que marque collective régulièrement enregistrée.

26 Enfin, le Tribunal a relevé que, si la chambre de recours avait commis deux erreurs lors de la comparaison des signes en cause, en estimant qu'il n'existait pas de similitude sur les plans phonétique et conceptuel, alors qu'une faible similitude aurait dû être constatée, il n'existait toutefois pas de risque de confusion dans l'esprit du public pertinent, dès lors que l'existence d'un faible degré de similitude sur les plans visuel, phonétique et conceptuel n'était pas, dans l'hypothèse d'une marque antérieure dotée d'une signification descriptive et présentant, en conséquence, un faible caractère distinctif, suffisante pour conclure à l'existence d'un risque de confusion.

27 Par requête déposée au greffe de la Cour le 5 décembre 2018, la requérante a formé un pourvoi contre l'arrêt initial et demandé à la Cour d'annuler ledit arrêt. À l'appui du pourvoi, elle a soulevé quatre moyens, tirés, les premier et deuxième, d'une violation du régime des marques collectives de l'Union européenne, tel qu'il résulte de l'article 66 du règlement n° 207/2009 (devenu article 74 du règlement 2017/1001), le troisième, d'une méconnaissance de la jurisprudence de la Cour relative à l'application de l'article 8, paragraphe 1, sous b), dudit règlement et, le quatrième, d'une violation des articles 8, paragraphe 1, sous b), et 65, paragraphe 2, de ce règlement, en ce que le Tribunal n'avait pas renvoyé l'affaire devant l'EUIPO, nonobstant la constatation d'erreurs commises par la chambre de recours.

28 Par ordonnance du 17 septembre 2019, Foundation for the Protection of the Traditional Cheese of Cyprus named Halloumi/EUIPO – M. J. Dairies (BBQLOUMI) (T-328/17, non publiée, EU:T:2019:662), le Tribunal a rectifié le point 71 de l'arrêt initial, dans sa version en langue de procédure.

29 Par arrêt du 5 mars 2020, Foundation for the Protection of the Traditional Cheese of Cyprus named Halloumi/EUIPO (C-766/18 P, ci-après l'« arrêt sur pourvoi », EU:C:2020:170), la Cour a annulé l'arrêt initial, renvoyé l'affaire devant le Tribunal et réservé les dépens.

30 À titre liminaire, la Cour a constaté que, en l'absence de disposition contraire prévue aux articles 67 à 74 du règlement n° 207/2009 (devenus articles 75 à 82 du règlement 2017/1001), l'article 8, paragraphe 1, sous b), dudit règlement était applicable aux marques collectives de l'Union européenne en vertu de l'article 66, paragraphe 3, de ce même règlement (devenu article 74, paragraphe 3 du règlement 2017/1001). Elle a également exposé que, lorsque la marque antérieure était une marque collective, le risque de confusion devait s'entendre comme étant le risque que le public puisse croire que les produits ou les services visés par la marque antérieure et ceux visés par la marque demandée proviennent tous de membres de l'association qui est le titulaire de la marque antérieure ou, le cas échéant, d'entreprises économiquement liées à ces membres ou à cette association. En outre, elle a relevé que la jurisprudence établissant les critères au regard desquels l'existence d'un risque de confusion devait être évalué était transposable aux marques collectives de l'Union européenne et que, dans ce cadre, il n'y avait pas lieu d'apprécier spécifiquement le caractère distinctif, intrinsèque ou acquis par l'usage, desdites marques. À cet égard, elle a rappelé que, lorsqu'une association demandait l'enregistrement, en tant que marque collective de l'Union européenne, d'un signe pouvant désigner une provenance géographique, il lui incombait de s'assurer que ce signe était pourvu d'éléments qui permettraient au consommateur de distinguer les produits ou les services de ses membres de ceux d'autres entreprises, de sorte que le degré de caractère distinctif de ladite marque était un facteur pertinent aux fins d'apprécier s'il existait un risque de confusion.

31 S'agissant des faits de l'espèce, la Cour a considéré que, si le Tribunal avait pu estimer à juste titre que le degré de caractère distinctif de la marque antérieure était faible, il avait ensuite commis une erreur en considérant, de manière abstraite, qu'il ne pouvait exister de risque de confusion dans l'esprit du public pertinent, dès lors que l'existence, entre des marques en conflit, d'un faible degré de similitude sur les plans visuel, phonétique et conceptuel n'était pas, dans l'hypothèse d'une marque antérieure présentant un faible caractère distinctif, suffisante pour conclure à l'existence d'un risque de confusion. Elle a précisé que le Tribunal s'était fondé sur la prémisse selon laquelle, en cas de caractère distinctif faible de la marque antérieure, l'existence d'un risque de confusion devait être exclue dès l'instant où il s'avérait que la similitude des marques en conflit ne permettait pas, à elle seule, d'établir un tel risque. Or, selon elle, il lui appartenait, au regard du critère de l'interdépendance des facteurs pertinents, d'examiner concrètement si le faible degré de similitude des marques en conflit était compensé par le degré plus élevé de similitude, voire l'identité des produits désignés par ces marques. Elle a donc jugé que le Tribunal avait commis une erreur de droit en ayant omis d'effectuer une appréciation globale selon les critères établis par la jurisprudence relative à l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 207/2009.

### **Procédure et conclusions des parties après renvoi**

32 Par actes déposés au greffe du Tribunal le 30 mars, le 29 avril, et le 15 mai 2020, l'intervenante, l'EUIPO et la requérante ont fait valoir leurs observations sur la suite de la procédure, conformément à l'article 217, paragraphe 1, du règlement de procédure du Tribunal.

33 Dans ses observations sur la suite de la procédure, la requérante conclut à ce qu'il plaise au Tribunal :

- réformer la décision attaquée et faire droit à l'opposition réformer la décision attaquée décision attaquée et faire droit à l'opposition ;
- subsidiairement, annuler ladite décision et renvoyer l'affaire devant la quatrième chambre de recours en lui fournissant les indications nécessaires à la solution du litige ;
- condamner l'EUIPO et l'intervenante aux dépens.

34 Dans leurs observations sur la suite de la procédure, l'EUIPO et l'intervenante concluent à ce qu'il plaise au Tribunal :

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

### **En droit**

35 À l'appui du recours, la requérante a avancé un moyen unique, tiré de la violation de l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 207/2009, en ce que la décision attaquée comporterait la conclusion erronée de l'absence d'un risque de confusion entre les marques en conflit, ledit moyen se divisant en quatre branches (voir point 21 ci-dessus).

36 Or, dans l'arrêt sur pourvoi, la Cour n'a pas remis en cause l'arrêt initial en ce qu'il avait déclaré non fondées les deux premières branches du moyen unique, tirées en substance d'une méconnaissance des caractéristiques et de la portée des marques collectives de l'Union européenne, ainsi que la troisième branche dudit moyen, tirée d'une analyse erronée de la marque antérieure à laquelle la chambre de recours aurait dénié tout caractère distinctif en la considérant comme simplement générique.

37 En revanche, la Cour a considéré, au point 85 de l'arrêt sur pourvoi, que le Tribunal avait commis une erreur dans l'examen de la quatrième branche, en se fondant sur la prémisse selon laquelle, en cas de caractère distinctif faible de la marque antérieure, l'existence d'un risque de confusion devait être exclue dès l'instant où il s'avérait que la similitude des marques en conflit ne permettait pas, à elle seule, d'établir un tel risque.

38 Il incombe par conséquent au Tribunal, à la suite du renvoi de l'affaire par la Cour et ainsi que l'y invite cette dernière, au point 92 de l'arrêt sur pourvoi, de procéder à nouveau à l'examen de la quatrième branche du moyen unique, en effectuant une appréciation globale et concrète du

risque de confusion selon les critères établis par la jurisprudence relative à l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 207/2009, en tenant compte de l'interdépendance de l'ensemble des facteurs pertinents.

- 39 Dans le cadre du présent recours, la requérante fait valoir que l'absence de reconnaissance d'un caractère distinctif à la marque antérieure par la chambre de recours, qui a considéré que ladite marque devait purement et simplement être assimilée au nom générique d'un type de fromage, rendait en tout état de cause inutile l'appréciation d'un risque de confusion fondé sur les similitudes et les différences des marques en conflit. Néanmoins, elle a également fait observer que les petites erreurs commises par ladite chambre lors de la comparaison des signes, notamment en déniait l'existence d'une similitude des signes en cause sur le plan conceptuel et en négligeant de prendre en considération les éléments figuratifs de la marque demandée qui décrivent clairement du fromage grillé passé au barbecue, auraient conduit à la conclusion erronée de l'absence de risque de confusion.
- 40 En outre, dans ses observations sur la suite de la procédure, la requérante fait valoir que l'appréciation globale du risque de confusion doit être fondée sur le fait que la marque antérieure jouit d'un certain niveau de caractère distinctif qui, même s'il n'est pas élevé, est susceptible de conduire à la constatation d'un risque de confusion. Selon elle, si les marques en conflit présentent une similitude au niveau de certains de leurs aspects qui présentent eux-mêmes un certain caractère distinctif, le risque de confusion existe si les biens et services désignés par les marques en conflit sont identiques ou similaires.
- 41 La requérante estime toutefois que, indépendamment de l'élément graphique de la marque demandée, l'élément verbal « bbq » de ladite marque est dépourvu de caractère distinctif, tandis que l'élément verbal « loumi », qui est commun aux marques en conflit, présenterait un certain caractère distinctif compte tenu de sa signification et de sa position. Dès lors, lesdites marques ne seraient pas simplement similaires, mais le seraient par le seul élément distinctif dont elles sont composées. Considérée conjointement avec le fait que les produits et les services désignés par ces marques seraient soit identiques soit très similaires, cette constatation devrait conduire à la reconnaissance de l'existence d'un risque de confusion, et cela tant à l'égard des produits identiques que des autres produits désignés par les mêmes marques, voire même à l'égard des services relevant de la classe 43 désignés par la marque demandée, dans la mesure où la grande similitude des signes en cause est susceptible de combler les effets des différences entre les produits et les services concernés et que, à l'inverse, s'agissant des produits en cause qui sont identiques, cette identité compense toute dissemblance entre les marques en question.
- 42 Lors de l'audience, la requérante a insisté sur le fait que, selon elle, le terme « bbqloumi » devait être analysée à l'instar des marques qu'elle a qualifiées de « marques valises », à savoir des marques constituées de mots composés de deux éléments verbaux très facilement reconnaissables. À cet égard, dans une partie de l'Union, l'élément verbal « bbq » serait synonyme de « barbecue », alors que l'élément verbal « loumi » n'aurait pas d'autre signification que celle d'abréviation du terme « halloumi ». Mise en relation avec le fait que, au Royaume-Uni notamment, les consommateurs associent le fromage halloumi à la cuisson au barbecue, cette constatation, renforcée par le contexte méditerranéen auquel renvoie la représentation graphique qui compose la marque demandée, devrait conduire au constat d'une similitude des signes en cause et, partant, d'un risque de confusion entre les marques en conflit, compte tenu de l'identité ou de la similitude des produits et des services qu'elles désignent.
- 43 L'EUIPO et l'intervenante font valoir, quant à eux, qu'il convient de confirmer les termes de l'arrêt initial en ce que celui-ci a conclu à l'absence de risque de confusion.
- 44 Il y a lieu de rappeler que, 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 une 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 sur lequel la marque antérieure est protégée. Le risque de confusion comprend le risque d'association avec la marque antérieure.
- 45 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].
- 46 Lorsque la marque antérieure est une marque collective de l'Union européenne, la Cour a rappelé au point 64 de l'arrêt sur pourvoi que le risque de confusion devait s'entendre comme étant le risque que le public puisse croire que les produits ou les services visés par la marque antérieure et ceux visés par la marque demandée proviennent tous de membres de l'association qui est le titulaire de la marque antérieure ou, le cas échéant, d'entreprises économiquement liées à ces membres ou à cette association (voir point 30 ci-dessus).
- 47 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 ; arrêt du 22 septembre 2016, SUN CALI, T-512/15, EU:T:2016:527, point 45].
- 48 C'est à la lumière de ces considérations qu'il y a lieu d'examiner si la chambre de recours a estimé à juste titre qu'il n'existait pas de risque de confusion dans l'esprit du public pertinent, au sens de l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 207/2009.

49 En l'espèce, nonobstant l'argumentation développée par la requérante dans ses observations sur la suite de la procédure, en particulier en ce qui concerne la comparaison des produits et des services, il convient de relever que l'appréciation globale du risque de confusion doit être effectuée en tenant compte des facteurs pertinents tels qu'ils ont été arrêtés dans le cadre de l'arrêt initial et dans les termes qui sont rappelés ci-après, dans la mesure où l'arrêt sur pourvoi n'a pas eu pour effet de remettre en cause les constatations du Tribunal à cet égard.

### ***Sur le territoire pertinent et sur le public pertinent et son niveau d'attention***

50 Au point 27 de l'arrêt initial, le Tribunal a considéré comme exemptes d'erreur les constatations de la chambre de recours figurant au point 20 de la décision attaquée. Étant donné que les marques en présence étaient des marques de l'Union européenne visant ou désignant des produits de consommation courante, il a relevé, en substance, que le territoire pertinent était celui de l'Union et que le public pertinent était le grand public dont le niveau d'attention serait moyen lors de l'achat des produits en cause.

### ***Sur la comparaison des produits et des services***

51 S'agissant de la comparaison des produits et des services, le Tribunal a rappelé au point 14 de l'arrêt initial que, selon la chambre de recours, l'opposition n'était pertinente qu'à l'égard des produits visés par la marque demandée relevant de la classe 29, à l'exception des « extraits de viande », ainsi que des produits relevant de la classe 30. Au point 71 dudit arrêt, il a considéré que ces constatations n'étaient pas erronées en estimant que, à l'exception des services relevant de la classe 43 et désignés par la marque demandée qui étaient différents des « fromages » désignés par la marque antérieure, les produits en cause désignés par les marques en conflit étaient pour partie identiques et pour partie similaires selon un certain degré.

### ***Sur l'analyse et la comparaison des signes***

#### *Sur les éléments distinctifs et dominants au sein de la marque demandée*

52 Au point 62 de l'arrêt initial, le Tribunal a rappelé que, selon la jurisprudence, en présence d'une marque qui, telle la marque demandée, était composée d'éléments verbaux et figuratifs, l'élément verbal de la marque était, en principe, plus distinctif que l'élément figuratif, car le consommateur moyen ferait plus facilement référence au produit en cause en citant le nom qu'en décrivant l'élément figuratif [voir arrêt du 9 septembre 2008, Honda Motor Europe/OHMI – Seat (MAGIC SEAT), T-363/06, EU:T:2008:319, point 30 et jurisprudence citée]. Cependant, au regard de la configuration graphique de la marque demandée, l'attention du public pertinent serait retenue tant par l'élément verbal « bbqloumi » que par l'élément figuratif représentant un plat contenant des aliments grillés, en raison de la position de cet élément au premier plan. À cet égard, il a considéré que la chambre de recours avait pu estimer, sans commettre d'erreur, que ces deux éléments dominaient l'impression d'ensemble produite par la marque demandée et que, en ce qui concernait l'élément verbal de cette dernière, il convenait d'accorder davantage de poids à sa partie initiale, « bbq », qu'à sa partie finale, « loumi ».

53 Par ailleurs, au point 70 de l'arrêt initial, le Tribunal a retenu que la chambre de recours n'avait pas commis d'erreur lorsqu'elle avait estimé que le caractère distinctif intrinsèque de la marque antérieure était faible et que les éléments de preuve produits par la requérante étaient insuffisants pour établir un usage intensif de ladite marque pour désigner des fromages. Ainsi, la démonstration d'un caractère distinctif accru acquis par l'usage a été considérée comme n'ayant pas été rapportée.

#### *Sur la comparaison sur les plans visuel, phonétique et conceptuel*

54 Le Tribunal a approuvé, aux points 60 à 62 de l'arrêt initial, l'appréciation de la chambre de recours selon laquelle les signes en cause présentaient une faible similitude sur le plan visuel. Dans la mesure où l'élément « loumi », sur lequel ces signes coïncidaient, n'occupait pas, dans ceux-ci, une position autonome, notamment parce que, au sein de la marque demandée, ledit élément était inclus dans le terme « bbqloumi », la similitude visuelle desdits signes devait être considérée comme étant de faible degré.

55 En revanche, aux points 63 à 69 de l'arrêt initial, le Tribunal a relevé que la chambre de recours avait commis deux erreurs, en estimant, d'une part, que les signes en cause ne présentaient pas de similitude sur le plan phonétique et, d'autre part, qu'ils étaient différents sur le plan conceptuel, alors qu'il y avait lieu de considérer que lesdits signes présentaient, sur les plans tant phonétique que conceptuel, un faible degré de similitude.

### ***Sur l'appréciation globale du risque de confusion au regard des facteurs pertinents***

56 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].

57 En l'espèce, il convient de rappeler que, au point 45 de la décision attaquée, la chambre de recours a conclu que, compte tenu du faible caractère distinctif de la marque antérieure, de la faible similitude des signes en conflit sur le plan visuel, de l'absence de similitude sur les plans phonétique et conceptuel des mêmes signes et au regard des différents degrés de similitude existant entre une partie des produits couverts par les marques en conflit (les services désignés par la marque demandée étant considérés comme différents des produits désignés par la marque antérieure), il n'existait pas de risque de confusion (voir point 18 ci-dessus).

58 À cet égard, dans la mesure où l'existence d'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 y a lieu de considérer que le constat de l'absence d'un risque de confusion doit en tout état de cause être approuvé en ce qui concerne les « extraits de viande », relevant de la classe 29, et les « services de restaurants », les « services de restauration rapide », les services de « cafétérias » et les services de « restauration », relevant de la classe 43, visés par la marque demandée, puisque, ainsi qu'il résulte de l'arrêt initial, ces produits et ces services ne sont ni identiques ni semblables aux produits couverts par la marque antérieure.

59 En revanche, en ce qui concerne les autres produits, relevant des classes 29 et 30, visés par la marque demandée et similaires, à différents degrés, aux produits désignés par la marque antérieure, l'existence d'un risque de confusion ne saurait d'emblée être exclue, de sorte qu'il y a lieu de procéder à l'appréciation globale de ce risque au regard de tous les facteurs pertinents.

60 Premièrement, s'agissant du facteur tenant à la similitude des signes en cause, celle-ci tient, d'une part, à la présence dans chacun desdits signes de l'élément « loumi », qui est à l'origine d'un faible degré de similitude sur les plans visuel, phonétique et conceptuel et, d'autre part, au fait que l'élément figuratif représentant un plat, présent dans la marque demandée, conforte, dans une certaine mesure, le concept véhiculé par l'élément verbal « bbqloumi » de la marque demandée, à savoir celui d'aliments grillés passés au barbecue qui seront notamment perçus, par une grande partie du public pertinent, comme pouvant être du fromage halloumi.

61 Ces considérations doivent toutefois être mises en perspective avec le fait que, lorsque le public sera confronté à l'élément verbal qui compose la marque demandée, son attention sera davantage attirée par la partie initiale de cet élément, en l'occurrence « bbq », plutôt que par la partie finale « loumi » (voir point 52 ci-dessus). En outre, s'il est exact que l'élément figuratif composant le signe vient dans une certaine mesure conforter le concept véhiculé par l'élément verbal, à savoir celui de fromage halloumi cuisiné ou grillé au barbecue, cet élément figuratif se rapporte davantage à la notion de barbecue, au regard de la reproduction d'un plat d'aliments dont certains présentent des traces de cuisson au grill, qu'à celle de fromages produits dans un environnement méditerranéen, puisque, comme cela ressort de l'arrêt initial, il n'est pas possible d'affirmer catégoriquement que les aliments représentés sont des morceaux de fromage halloumi.

62 Par ailleurs, l'élément figuratif de la marque demandée joue également un rôle différenciateur dans la mesure où le signe constituant la marque antérieure, de nature verbale, n'en est pas pourvu.

63 Ainsi, l'élément « loumi », principal élément à l'origine de la similitude des signes en cause, contribue très faiblement au caractère distinctif de la marque demandée, puisque l'élément « bbq » de la marque demandée a été considéré comme la partie de l'élément verbal de cette marque qui retenait le plus l'attention du public pertinent en raison de sa position initiale dans ledit élément et que la marque antérieure ne jouit quant à elle que d'un faible caractère distinctif intrinsèque.

64 Or, si la reconnaissance du caractère faiblement distinctif de la marque antérieure n'empêche pas, en elle-même, de constater l'existence d'un risque de confusion (voir, en ce sens, ordonnance du 27 avril 2006, L'Oréal/OHMI, C-235/05 P, non publiée, EU:C:2006:271, points 42 à 45), notamment en raison d'une similitude des signes et des produits ou des services visés (voir, en ce sens, arrêt du 8 novembre 2016, BSH/EUIPO, C-43/15 P, EU:C:2016:837, point 44), il apparaît toutefois que, lorsque les éléments de similitude existant entre deux signes tiennent au fait que, comme en l'espèce, ils partagent un composant présentant un faible caractère distinctif intrinsèque, l'impact de tels éléments de similitude sur l'appréciation globale du risque de confusion est lui-même faible [voir, en ce sens, arrêts du 22 février 2018, International Gaming Projects/EUIPO – Zitro IP (TRIPLE TURBO), T-210/17, non publié, EU:T:2018:91, point 73 et jurisprudence citée, et du 20 septembre 2018, Kwizda Holding/EUIPO – Dermapharm (UROAKUT), T-266/17, EU:T:2018:569, point 79].

65 Dans ces conditions, le faible degré de similitude des signes en cause est peu susceptible de contribuer à l'existence d'un risque de confusion, puisque lesdits signes ont en commun l'élément « loumi » qui n'est pas dominant en tant que tel et qui, de plus, est intrinsèquement peu distinctif pour une grande partie du public pertinent qui le comprendra comme une référence possible au fromage halloumi.

66 Deuxièmement, ainsi que le rappelle la Cour au point 70 de l'arrêt sur pourvoi, selon la jurisprudence, le degré du caractère distinctif de la marque antérieure, qui détermine l'étendue de la protection conférée par celle-ci, figure parmi les facteurs pertinents qui doivent être pris en compte en l'espèce (voir, en ce sens, arrêt du 8 novembre 2016, BSH/EUIPO, C-43/15 P, EU:C:2016:837, point 71 et jurisprudence citée).

67 En ce qui concerne le caractère distinctif de la marque antérieure, ainsi que la Cour l'a énoncé aux points 71 et 76 de l'arrêt sur pourvoi, celui-ci ne doit pas être apprécié de façon particulière au motif qu'il s'agit d'une marque collective et il n'y a pas lieu de remettre en cause l'évaluation du Tribunal selon laquelle le degré de caractère distinctif intrinsèque de cette marque est faible.

68 Selon les termes de l'arrêt initial, les éléments de preuve produits par la requérante ne permettent pas de constater que les consommateurs, confrontés à la marque antérieure, l'associeront à autre chose qu'au fromage halloumi, eu égard au fait qu'elle renvoie au nom générique de ce type de fromage, plutôt qu'à l'origine commerciale des produits désignés par celle-ci, en ce qu'ils proviennent des membres de l'association titulaire de ladite marque ou, le cas échéant, d'entreprises économiquement liées à ces membres ou à cette association.

69 Ainsi, le niveau de protection conféré par la marque antérieure, eu égard à son faible degré de caractère distinctif intrinsèque, ne peut lui-même qu'être faible.

70 Troisièmement, il y a lieu de prendre en considération le facteur tenant au fait que les produits relevant des classes 29 et 30 désignés par la marque demandée sont semblables, à différents degrés, aux produits désignés par la marque antérieure. À ce titre, il convient de rappeler que tous les produits en cause sont des produits de consommation courante lors de l'achat desquels le public pertinent fera preuve d'un niveau d'attention moyen (voir point 50 ci-dessus).

- 71 Il ne pourrait être conclu à l'existence d'un risque de confusion que si le public pertinent était susceptible d'être induit en erreur sur l'origine commerciale des produits désignés par la marque demandée.
- 72 Or, en l'espèce, ce risque n'apparaît pas démontré, même pour les produits relevant de la classe 29 désignés par la marque demandée, tels que, notamment, les « produits laitiers et substituts », les « fromages », le « fromage à pâte fondue » et les « trempettes [dips] au fromage », qui sont identiques ou fortement similaires aux « fromages », relevant de cette même classe, désignés par la marque antérieure.
- 73 En effet, confrontés à la marque demandée et à supposer qu'ils portent également leur attention sur l'élément « loumi », ce qui est peu probable compte tenu de la position secondaire occupée par cet élément dans ladite marque, voire même qu'ils perçoivent que l'élément figuratif représentant un plat présent dans cette dernière comme une référence possible à du fromage halloumi grillé passé au barbecue, les consommateurs n'établiront pas de lien entre cette même marque et la marque antérieure dans la mesure où, d'une part, ils établiront tout au plus un lien entre celle-ci et le produit qu'elle désigne, à savoir du fromage halloumi, et, d'autre part, les marques en conflit ne présentent, globalement considérées, qu'un faible degré de similitude.
- 74 Il apparaît au surplus que les précisions que la requérante a souhaité apporter lors de l'audience s'agissant de l'analyse de la marque demandée, en ce qui concerne en particulier la signification combinée des éléments « bbq » et « loumi » dans la marque demandée, associée au message véhiculé par la représentation graphique qui compose ladite marque (voir point 42 ci-dessus), ne diffèrent pas significativement des facteurs pertinents tels qu'ils ont été retenus en l'espèce dans le cadre de l'évaluation globale du risque de confusion (voir points 60 et 61 ci-dessus). En tout état de cause, il y a lieu de rappeler que ces facteurs ont été arrêtés dans l'arrêt initial, sans avoir été remis en cause par l'arrêt sur pourvoi. Les précisions apportées par la requérante ne remettent donc pas en cause l'évaluation globale du risque de confusion à laquelle il a été procédé en l'espèce.
- 75 Au vu de l'ensemble des considérations qui précèdent, il y a lieu de considérer que, en l'espèce, la chambre de recours a conclu à bon droit à l'absence de risque de confusion. Il convient donc de rejeter la quatrième branche et, partant, le moyen unique et le recours dans leur ensemble, sans qu'il y ait lieu d'examiner la recevabilité des chefs de conclusions, notamment en réformation, formulés par la requérante dans ses observations sur la suite de la procédure.

### Sur les dépens

- 76 Dans la mesure où, dans l'arrêt sur pourvoi, la Cour a annulé l'arrêt initial et réservé les dépens, il appartient au Tribunal, conformément à l'article 219 du règlement de procédure, de statuer, dans le présent arrêt, sur l'ensemble des dépens afférents aux procédures engagées devant lui, à savoir les procédures dans les affaires T-328/17 et T-328/17 RENV, ainsi que sur les dépens afférents à la procédure de pourvoi, à savoir la procédure dans l'affaire C-766/18 P.
- 77 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.
- 78 La requérante ayant succombé, il y a lieu de la condamner aux dépens relatifs aux procédures engagées devant le Tribunal ainsi qu'à la procédure de pourvoi devant la Cour, conformément aux conclusions de l'EUIPO et de l'intervenante.

Par ces motifs,

LE TRIBUNAL (deuxième chambre)

déclare et arrête :

- 1) **Le recours est rejeté.**
- 2) **Foundation for the Protection of the Traditional Cheese of Cyprus named Halloumi est condamnée aux dépens afférents aux procédures engagées devant le Tribunal ainsi qu'à la procédure de pourvoi devant la Cour.**

Tomljenović

Schalin

Škvařilová-Pelzl

Ainsi prononcé en audience publique à Luxembourg, le 20 janvier 2021.

Signatures