DOCUMENT DE TRAVAIL

ARRÊT DU TRIBUNAL (huitième chambre)

13 mai 2026 (*)

« Marque de l'Union européenne – Procédure de nullité – Marque de l'Union européenne verbale Obelix – Marque de l'Union européenne verbale antérieure OBELIX – Cause de nullité relative – Renommée de la marque antérieure – Lien entre les marques en conflit – Article 8, paragraphe 5, et article 60, paragraphe 1, sous a), du règlement (UE) 2017/1001 »

Dans l'affaire T-24/25,

Les Éditions Albert René, établie à Vanves (France), représentée par M^es^ T. de Haan et S. Vandezande, avocats,

partie requérante,

contre

Office de l'Union européenne pour la propriété intellectuelle (EUIPO), représenté par M. V. Ruzek, 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

WORKS 11 MICHAŁ LUBIŃSKI, demeurant à Katowice (Pologne), représenté par M^e^ M. Krekora, avocate,

LE TRIBUNAL (huitième chambre),

composé de MM. I. Gâlea, président, T. Tóth et M^me^ B. Ricziová (rapporteure), juges,

greffier : M. G. Mitrev, administrateur,

vu la phase écrite de la procédure,

à la suite de l'audience du 5 décembre 2025,

rend le présent

Arrêt

1 Par son recours fondé sur l'article 263 TFUE, la requérante, Les Éditions Albert René, demande l'annulation de la décision de la deuxième chambre de recours de l'Office de l'Union européenne pour la propriété intellectuelle (EUIPO) du 11 novembre 2024 (affaire R 875/2024-2) (ci-après la « décision attaquée »).

Antécédents du litige

2 Le 10 janvier 2023, la requérante a présenté à l'EUIPO une demande de nullité de la marque de l'Union européenne ayant été enregistrée le 29 novembre 2022 à la suite d'une demande déposée par l'intervenant, WORKS 11 MICHAŁ LUBIŃSKI, le 7 septembre 2020 pour le signe verbal Obelix.

3 Les produits couverts par la marque contestée pour lesquels la nullité était demandée relevaient de la classe 13 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 correspondaient à la description suivante : « Projectiles; engins balistiques; armes pour lancement de projectiles; petites armes; petites armes [armes à feu]; dispositifs de visée pour pièces d'artillerie autres que les lunettes de visée; viseurs pour armes à feu autres que télescopiques ou optiques; grenades à main; mitrailleuses; fusils militaires; mortiers [armes]; sangles d'armes à feu; sangles de fusils; obus perforants; appareils de projection de missiles; appareils de projection de grenades; étuis pour fusils; mallettes pour armes à feu; housses d'étuis pour armes à feu; chiens de fusils; silencieux pour armes; armes à feu automatiques; armes lourdes; verrous de sécurité pour armes à feu; supports, étuis, chargeurs et cartouches, pour armes et munitions; parties constitutives d'armes à feu; parties d'armes à feu; armes de protection à base de gaz lacrymogène; dispositifs d'armement; installations d'armement; sprays de gaz poivré; bombes lacrymogènes [armes]; pièces d'artillerie; parties intégrantes de mitrailleuses; parties intégrantes de carabines; chars de combat; obusiers; articles pyrotechniques militaires; missiles fumigènes pour chars et véhicules blindés; amorces fulminantes autres que les jouets; fusils de chasse [carabines de sport]; trépieds pour armes à feu; monopodes pour armes à feu; bipodes pour armes à feu; dispositifs de visée pour armes à feu autres que télescopiques; sécurités pour armes à feu; contrepoids [pièces de platines]; culasses d'armes à feu; pistolets; hausses à cran de mire pour armes à feu; baguettes de nettoyage pour armes à feu; armes à feu de chasse; miroirs de pointage pour fusils; canons de fusils; fûts de carabines; appareils à charger les cartouches; cartouchières; cartouches; pistolets [armes]; pistolets à air [armes]; projectiles [armes]; tréteaux [supports] pour le tir; revolvers; amorces explosives; carabines de chasse; poudre à canon; grenaille [plomb de chasse]; appareils à remplir les cartouchières; tourelles [armes]; châssis d'armes mobiles ».

4 La demande en nullité était fondée sur la marque de l'Union européenne verbale antérieure OBELIX, déposée le 1er avril 1996 et enregistrée le 3 février 1998 sous no 16 154, couvrant des produits et des services relevant notamment des classes 9, 16, 25, 28 et 41 et correspondant à la description suivante :

– classe 9 : « Appareils et instruments électrotechniques et électroniques, photographiques, cinématographiques, optiques, d'enseignement compris dans la classe 9 (à l'exception des appareils de projection) » ;

– classe 16 : « Papier, carton; articles en papier et en carton, imprimés (compris en classe 16), journaux et périodiques, livres; articles pour reliures, à savoir fils, laine et autres matières pour la reliure; photographies; papeterie, adhésifs pour la papeterie; matériel pour artistes, à savoir articles de dessin, de peinture et de modelage; pinceaux; machines à écrire et articles de bureau (à l'exception des meubles) et machines de bureau (compris en classe 16); matériel d'instruction ou d'enseignement (à l'exception des appareils); matières plastiques pour l'emballage (non comprises dans d'autres classes); cartes à jouer; caractères d'imprimerie; clichés; aquariums d'appartement; chapelets; terrariums d'appartement [vivariums] » ;

– classe 25 : « Vêtements, chaussures, chapellerie; antidérapants pour chaussures; bouts de chaussures; carcasses de chapeaux; crampons de chaussures de football; dessous de bras; doublures confectionnées [parties de vêtements]; empeignes; empiècements de chemises; ferrures de chaussures; plastrons de chemises ; poches de vêtements; semelles; semelles intérieures; talonnettes pour chaussures; talonnettes pour les bas; talons; tiges de bottes; trépointes de chaussures » ;

– classe 28 : « Jeux, jouets; articles de gymnastique et de sport (compris dans la classe 28); décorations pour arbres de Noël; arbres de Noël (supports pour -); arbres de Noël en matières synthétiques; bonbons à pétards; cotillon (objets de -) » ;

– classe 41 : « Projection de films, production de films, location de films; publication et édition de livres et revues; éducation et divertissements; organisation et conduite de foires et d'expositions; amusement populaire, gestion d'un parc de loisirs, production de manifestations en direct, de représentations musicales et vocales; exposition de décors et projection à caractère culturel, historique et populaire ».

5 Les causes invoquées à l'appui de la demande en nullité étaient celles visées à l'article 60, paragraphe 1, sous a), 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), lu conjointement avec l'article 8, paragraphe 1, sous b), et l'article 8, paragraphe 5, de ce règlement.

6 Le 13 mars 2024, la division d'annulation a rejeté la demande en nullité dans son intégralité au motif que les éléments de preuve étaient insuffisants pour établir que la marque antérieure avait fait l'objet d'un usage sérieux pour les produits et les services visés au point 4 ci-dessus.

7 Le 25 avril 2024, la requérante a formé un recours auprès de l'EUIPO contre la décision de la division d'annulation.

8 Par la décision attaquée, la chambre de recours a rejeté le recours de la requérante. Premièrement, en supposant établi l'usage sérieux de la marque antérieure, la chambre de recours a retenu qu'il n'existait pas de risque de confusion au sens de l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement 2017/1001, étant donné que les produits et les services en cause étaient différents. Deuxièmement, elle a constaté que les éléments de preuve produits par la requérante ne permettaient pas de tirer une « conclusion définitive » quant à l'existence ou non de la renommée de la marque antérieure. Troisièmement, la chambre de recours a retenu qu'il n'existait pas de lien entre les marques en conflit. Dès lors, elle a conclu que les conditions nécessaires à l'application de l'article 8, paragraphe 5, du règlement 2017/1001 n'étaient pas remplies.

Conclusions des parties

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

– annuler la décision attaquée ;

– condamner l'EUIPO et l'intervenant aux dépens, y compris ceux exposés devant la chambre de recours.

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

– rejeter le recours ;

– condamner la requérante aux dépens en cas de convocation à une audience.

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

– rejeter le recours ;

– condamner la requérante aux dépens.

En droit

Sur la demande de mesure d'organisation de la procédure

12 Par une lettre en date du 20 janvier 2025, la requérante a demandé l'adoption d'une mesure d'organisation de la procédure, par laquelle le Tribunal demanderait à l'EUIPO de lui transmettre les échantillons de produits faisant partie du dossier administratif de l'EUIPO en tant que preuves matérielles, et pas uniquement les photographies de ces échantillons.

13 Il convient de relever que lors de l'audience, la requérante a confirmé, après avoir consulté le dossier administratif de l'EUIPO mis à sa disposition dans les locaux du greffe du Tribunal, que les photographies dans ce dossier représentaient bien les échantillons qu'elle avait produits devant l'EUIPO et que ces échantillons pourraient donner la même impression que ces photographies. Dès lors, il convient de constater que les photographies des échantillons produits par la requérante sont suffisantes pour statuer sur le recours. Dès lors, la requérante

ne saurait invoquer, du fait du défaut de production des pièces sollicitées, une violation de l'article 178, paragraphe 4, du règlement de procédure du Tribunal, ni une violation de ses droits de la défense ou du principe d'égalité des armes.

14 Par conséquent, il n'y a pas lieu de faire droit à la demande de mesures d'organisation de la procédure formulée par la requérante.

Sur le fond

15 À l'appui de son recours, la requérante invoque deux moyens tirés, le premier, d'une violation de l'article 94, du règlement 2017/1001, lu en combinaison avec l'article 64, paragraphe 2, de ce règlement et, le second, d'une violation de l'article 8, paragraphe 5, du règlement 2017/1001 et de l'article 60, paragraphe 1, sous a), de ce règlement.

16 À titre liminaire, il convient de noter que la requérante ne conteste pas l'appréciation de la chambre de recours selon laquelle il n'existe pas de risque de confusion au sens de l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement 2017/1001, au motif que les produits et les services en cause sont différents.

Sur le premier moyen, tiré de la violation de l'article 94 du règlement 2017/1001, lu en combinaison avec l'article 64, paragraphe 2, de ce règlement

17 La requérante soutient que la décision attaquée contient une contradiction fondamentale dans la mesure où la chambre de recours aurait constaté, d'une part, que l'usage sérieux de la marque antérieure a été prouvé pour l'ensemble des produits et des services sur lesquels la demande en nullité était fondée, mais, d'autre part, que rien dans les éléments de preuve ne suggérait que le public pertinent reconnaitrait le terme « Obelix » comme une indication de l'origine commerciale des produits et des services en cause et qu'il n'y avait pas d'information sur la manière dont ce terme en tant que marque était perçu par le public pertinent. Selon la requérante, cette contradiction constitue un défaut de motivation et une violation de l'article 94 du règlement 2017/1001. En outre, en tirant des conclusions contraires à sa constatation d'usage sérieux, l'EUIPO aurait également enfreint l'article 64, paragraphe 2, dudit règlement.

18 L'EUIPO et l'intervenant contestent l'argument de la requérante.

19 Selon l'article 94, paragraphe 1, première phrase, du règlement 2017/1001, les décisions de l'EUIPO doivent être motivées. Cette obligation a la même portée que celle découlant de l'article 296, deuxième alinéa, TFUE, lequel exige que la motivation fasse apparaître de façon claire et non équivoque le raisonnement de l'auteur de l'acte, sans qu'il soit nécessaire que cette motivation spécifie tous les éléments de fait et de droit pertinents, la question de savoir si la motivation d'un acte satisfait auxdites exigences devant cependant être appréciée au regard non seulement de son libellé, mais aussi de son contexte ainsi que de l'ensemble des règles juridiques régissant la matière concernée (voir arrêt du 28 juin 2018, EUIPO/Puma, C-564/16 P, EU:C:2018:509, point 65 et jurisprudence citée).

20 L’obligation de motiver des décisions constitue une formalité substantielle qui doit être distinguée de la question du bien-fondé des motifs, celui-ci relevant de la légalité au fond de l’acte litigieux. En effet, la motivation d’une décision consiste à exprimer formellement les motifs sur lesquels repose cette décision. Si ces motifs sont entachés d’erreurs, celles-ci entachent la légalité au fond de la décision, mais non la motivation de celle-ci, qui peut être suffisante tout en exprimant des motifs erronés [voir arrêt du 20 février 2013, Langguth Erben/OHMI (MEDINET), T-378/11, EU:T:2013:83, point 15 et jurisprudence citée].

21 En outre, la motivation d’un acte doit être logique, ne présentant notamment pas de contradiction interne entravant la bonne compréhension des raisons sous-tendant cet acte [voir arrêt du 21 janvier 2016, BR IP Holder/OHMI – Greyleg Investments (HOKEY POKEY), T-62/14, non publié, EU:T:2016:23, point 30 et jurisprudence citée].

22 En l’espèce, il convient de constater que l’argument de la requérante est fondé sur une lecture erronée de la décision attaquée. En effet, d’une part, il ressort des points 26 et 27 de la décision attaquée que la chambre de recours n’a pas constaté que l’usage sérieux de la marque antérieure était prouvé pour l’ensemble des produits et des services sur lesquels la demande en nullité était fondée, mais que, pour des raisons d’économie de procédure, elle a examiné la demande en nullité en présupposant que l’usage sérieux de ladite marque avait été dûment prouvé, ce qui constituait l’approche la plus favorable pour la requérante. En ayant recours à cette prémisse, la chambre de recours n’a pas eu besoin de se prononcer et ne s’est donc pas prononcée sur le caractère probant des éléments de preuve fournis pour démontrer l’usage sérieux de la marque antérieure.

23 D’autre part, il ressort des points 52 à 66 de la décision attaquée que, dans le cadre de l’examen du motif de nullité visé à l’article 60, paragraphe 1, sous a), du règlement 2017/1001, lu conjointement avec l’article 8, paragraphe 5, de ce règlement, la chambre de recours a effectué une appréciation de la renommée de la marque antérieure, en concluant que les éléments de preuve produits par la requérante ne permettaient pas de tirer de conclusion définitive quant à l’existence ou non de la renommée de cette marque. Dans cette partie de la décision attaquée se trouvent également les considérations contestées par la requérante sur l’absence de reconnaissance du terme « Obelix » comme une indication de l’origine commerciale des produits et des services en cause et l’absence d’information sur la manière dont ce terme en tant que marque était perçu par le public pertinent.

24 Dès lors, contrairement à ce que soutient la requérante, le raisonnement de la décision attaquée n’était pas contradictoire, dans la mesure où la chambre de recours a, d’une part, examiné la demande en nullité uniquement en se fondant sur la prémisse que l’usage sérieux de la marque antérieure avait été dûment prouvé, mais, d’autre part, effectué une appréciation de la renommée de ladite marque. Partant, il convient de constater que la requérante n’a pas démontré l’existence d’une contradiction dans la motivation de la décision attaquée et de ce fait d’un défaut de motivation.

25 Il résulte de ce qui précède qu’il convient de rejeter le premier moyen.

Sur le second moyen, tiré de la violation de l'article 8, paragraphe 5, du règlement 2017/1001 et de l'article 60, paragraphe 1, sous a), de ce règlement

26 Le second moyen se divise en deux branches tirées, la première, d'une erreur d'appréciation de la renommée de la marque antérieure, et, la seconde, en substance, d'une appréciation erronée du lien entre les marques en conflit et de l'atteinte à la renommée de la marque antérieure.

27 Aux termes de l'article 60, paragraphe 1, sous a), du règlement 2017/1001 et de l'article 8, paragraphe 5, du même règlement, sur demande du titulaire d'une marque antérieure, une marque de l'Union européenne enregistrée est déclarée nulle si elle est identique ou similaire à une marque antérieure, indépendamment du fait que les produits ou les services pour lesquels elle est enregistrée sont identiques, similaires ou non similaires à ceux pour lesquels la marque antérieure est enregistrée, lorsque cette marque antérieure est une marque de l'Union européenne qui jouit d'une renommée dans l'Union européenne ou une marque nationale qui jouit d'une renommée dans l'État membre concerné, et que l'usage sans juste motif de la marque contestée tirerait indûment profit du caractère distinctif ou de la renommée de cette marque antérieure ou leur porterait préjudice.

28 La protection élargie accordée à la marque antérieure par l'article 8, paragraphe 5, du règlement 2017/1001 présuppose donc la réunion de plusieurs conditions. Premièrement, la marque antérieure prétendument renommée doit être enregistrée. Deuxièmement, cette dernière et la marque contestée doivent être identiques ou similaires. Troisièmement, la marque antérieure doit jouir d'une renommée dans l'Union, dans le cas d'une marque de l'Union européenne antérieure, ou dans l'État membre concerné, dans le cas d'une marque nationale antérieure. Quatrièmement, l'usage sans juste motif de la marque contestée doit conduire au risque qu'un profit puisse être indûment tiré du caractère distinctif ou de la renommée de la marque antérieure ou qu'un préjudice puisse être porté au caractère distinctif ou à la renommée de la marque antérieure. Ces conditions étant cumulatives, l'absence de l'une d'entre elles suffit à rendre inapplicable ladite disposition [voir arrêts du 22 mars 2007, Sigla/OHMI – Elleni Holding (VIPS), T-215/03, EU:T:2007:93, point 34 et jurisprudence citée, et du 31 mai 2017, Alma-The Soul of Italian Wine/EUIPO – Miguel Torres (SOTTO IL SOLE ITALIANO SOTTO il SOLE), T-637/15, EU:T:2017:371, point 29 et jurisprudence citée].

29 S'agissant du risque visé par l'article 8, paragraphe 5, du règlement 2017/1001, il convient de relever que si, certes, la fonction première d'une marque consiste en sa fonction d'origine, il n'en demeure pas moins qu'une marque agit également comme moyen de transmission d'autres messages concernant, notamment, les qualités ou caractéristiques particulières des produits ou des services qu'elle désigne, ou les images et sensations qu'elle projette. En ce sens, toute marque possède une valeur économique intrinsèque autonome et distincte par rapport à celle des produits ou des services pour lesquels elle a été enregistrée. Les messages véhiculés notamment par une marque renommée ou qui lui sont associés confèrent à celle-ci une valeur importante et digne de protection, et ce d'autant plus que,

dans la plupart des cas, la renommée d'une marque est le résultat d'efforts et d'investissements considérables de son titulaire. Ainsi, cette disposition assure la protection d'une marque renommée, à l'égard de toute marque identique ou similaire qui pourrait porter atteinte à son image, même si les produits visés par la marque demandée ne sont pas analogues à ceux pour lesquels la marque antérieure a été enregistrée (arrêt du 22 mars 2007, VIPS, T-215/03, EU:T:2007:93, point 35).

30 Par ailleurs, selon une jurisprudence constante, les atteintes visées par l'article 8, paragraphe 5, du règlement 2017/1001, lorsqu'elles se produisent, sont la conséquence d'un certain degré de similitude entre la marque contestée et la marque antérieure, en raison de laquelle le public concerné effectue un rapprochement entre les deux, c'est-à-dire établit un lien entre celles-ci, alors même qu'il ne les confond pas. L'existence d'un tel lien dans l'esprit du public pertinent entre la marque contestée et la marque antérieure est, par conséquent, une condition essentielle pour l'application de ladite disposition [voir arrêt du 11 novembre 2020, Totalizator Sportowy/EUIPO – Lottoland Holdings (Lottoland), T-820/19, non publié, EU:T:2020:538, point 26 et jurisprudence citée].

31 Enfin, il ressort de la jurisprudence que l'existence d'un tel lien doit être appréciée globalement, en tenant compte de tous les facteurs pertinents du cas d'espèce. Parmi ces facteurs figurent, premièrement, le degré de similitude entre les marques en conflit, deuxièmement, l'intensité de la renommée de la marque antérieure, troisièmement, la nature des produits ou des services pour lesquels les marques en conflit sont respectivement enregistrées, y compris le degré de proximité ou de dissemblance de ces produits ou de ces services ainsi que le public concerné, quatrièmement, le degré de caractère distinctif, intrinsèque ou acquis par l'usage de la marque antérieure, et, cinquièmement, l'existence d'un risque de confusion dans l'esprit du public [voir arrêts du 27 novembre 2008, Intel Corporation, C-252/07, EU:C:2008:655, points 41 et 42, et du 29 octobre 2025, Itron/EUIPO – Advanced Sanitairy Technologies (ITRON), T-565/24, non publié, EU:T:2025:997, point 20 et jurisprudence citée].

32 C'est à la lumière de ces considérations qu'il convient d'examiner les arguments invoqués par la requérante au soutien du second moyen.

33 À titre liminaire, il convient de constater, à l'instar de la chambre de recours, que les marques en conflit sont identiques, ce qui n'est pas contesté par la requérante.

34 La requérante ne conteste pas non plus la définition du public pertinent, aux points 49 à 51 de la décision attaquée, selon laquelle les produits couverts par la marque contestée s'adressaient à un public très spécifique et, seulement dans de rares cas et sous réserve du respect de règles strictes, à des membres du grand public. La requérante ne conteste pas que le niveau d'attention lors de l'achat de ces produits était très élevé. Elle ne remet pas davantage en cause les appréciations de la chambre de recours selon lesquelles les produits couverts par la marque antérieure s'adressaient au grand public, dont le niveau d'attention n'était pas supérieur à la moyenne, et le territoire pertinent était celui de l'Union.

35 Enfin, la requérante ne conteste pas l'appréciation de la chambre de recours selon laquelle il incombait à la requérante de démontrer que la marque antérieure jouissait de la renommée revendiquée à la date du dépôt de la demande d'enregistrement de la marque contestée, à savoir le 7 septembre 2020, et que cette renommée existait toujours à la date de dépôt de la demande en nullité, à savoir le 10 janvier 2023.

– *Sur la première branche du second moyen, tirée de l'appréciation erronée de la renommée de la marque antérieure*

36 La chambre de recours a retenu, sur la base d'une liste de produits et de services un peu plus restreinte que celle mentionnée au point 4 ci-dessus, premièrement, que à supposer même que la série de bandes dessinées « Astérix & Obélix » soit notoirement connue, cela n'impliquait pas nécessairement que le terme « Obelix » jouissait d'une renommée en tant que marque. La chambre de recours a considéré que, si la plupart des éléments de preuve concernaient « Astérix & Obélix » en tant que nom de série, la requérante avait également déposé quelques documents relatifs au terme « Obelix » en tant que tel, tels qu'un article Wikipédia ainsi qu'un extrait du site Internet de la requérante. La chambre de recours a estimé que ces documents n'étaient pas suffisants pour prouver que le terme « Obelix » jouissait d'une renommée en tant que marque, qu'ils mentionnaient simplement le terme comme le nom de l'un des personnages de la bande dessinée et que rien dans les éléments de preuve ne suggérait que le public pertinent reconnaitrait ce terme comme une indication de l'origine commerciale des produits et des services en cause.

37 Deuxièmement, la chambre de recours a retenu que les autres éléments de preuve produits par la requérante, tels que les échantillons et les photographies de produits sur le thème du personnage d'Obélix, ne fournissaient pas d'informations sur la manière dont le terme « Obelix » en tant que marque était perçu par le public pertinent. De plus, la chambre de recours a noté que la requérante avait fourni d'autres éléments de preuve, tels que les copies des contrats de licence pour chacun des produits sur le thème du personnage d'Obélix, et un tableau contenant les « registres annuels des ventes pour les périodes pertinentes » avec des chiffres de vente par année de 2018 à 2022. Elle a précisé que ces chiffres provenaient de la requérante elle-même et n'étaient pas corroborés par d'autres documents versés au dossier, notamment par aucune facture. La chambre de recours a également affirmé que la simple indication de mise en vente des produits sur certaines plateformes en ligne ne fournissait aucune information quant à savoir s'ils avaient été effectivement vendus et, le cas échéant, en quelles quantités. Selon la chambre de recours, en l'absence de factures, d'attestations émanant de tiers ou d'autres documents objectifs et vérifiables de manière indépendante sur le chiffre d'affaires et les investissements réalisés par la requérante, elle n'était pas en mesure de vérifier l'exactitude des chiffres fournis.

38 Selon la chambre de recours, ce qui faisait défaut en l'espèce afin de démontrer la renommée de la marque antérieure, c'étaient des éléments de preuve concernant la connaissance qu'avaient les consommateurs de la marque antérieure dans le contexte des produits pertinents, tels que des enquêtes, du matériel publicitaire et promotionnel, des

extraits de presse et de médias, des aperçus des investissements aux fins de promotion et de publicité, des informations sur la part de marché ou des déclarations de chambres de commerce et d'associations industrielles. La chambre de recours a considéré que, si certains de ces documents avaient été effectivement présentés au cours de la procédure, ils se rapportaient exclusivement à l'expression « Astérix & Obélix » et non au signe Obelix en tant que tel. Elle a estimé que le fait qu' « Astérix et Obélix » soit le nom d'une série de bandes dessinées célèbre et populaire n'impliquait pas nécessairement que le public pertinent, lorsqu'il verrait le signe Obelix apposé seul sur des produits tels que des jouets, des livres, des DVD ou des jeux de société, percevrait ce signe comme une marque au sens d'une indication de l'origine commerciale, ou comme une marque renommée, plutôt que comme une simple référence descriptive à un personnage de la série de bandes dessinées en question, en particulier en l'absence de preuve ou même d'argumentation à l'appui d'une telle perception.

39 La chambre de recours en a conclu que les éléments de preuve produits par la requérante ne permettaient pas de tirer de « conclusion définitive » quant à l'existence ou non de la renommée de la marque antérieure, car la renommée d'une marque ne saurait être présumée sur la base d'éléments fragmentaires et insuffisants.

40 La requérante soutient que la décision attaquée est entachée d'une erreur de droit, en ce que la chambre de recours a violé l'article 8, paragraphe 5, du règlement 2017/1001. Premièrement, elle fait valoir que la chambre de recours a remis en cause la validité de la marque antérieure en constatant notamment que le signe Obelix n'était pas perçu, par le public pertinent, comme une marque au sens d'une indication de l'origine commerciale, ou comme une marque renommée, mais serait perçue comme une simple référence descriptive à un personnage de la série de bande dessinée française « Astérix et Obélix ». Or, selon la requérante, dans une procédure d'opposition ou de nullité fondée sur une marque antérieure, il n'est pas possible de constater un motif absolu de refus, tel que l'absence de caractère distinctif.

41 Deuxièmement, selon la requérante, la conclusion selon laquelle le terme « Obelix » est perçu comme un élément descriptif d'un personnage de la série de bandes dessinées et non comme une marque au sens d'une indication de l'origine commerciale est erronée. Elle soutient que la circonstance qu'une marque soit associée à un personnage de fiction ne permet pas, à elle seule, d'exclure que ladite marque puisse également indiquer l'origine des produits en cause. Selon elle, la marque antérieure, utilisée seule ou en combinaison avec la marque Asterix, ne décrit pas l'objet des produits, mais sert d'indication de l'origine commerciale pour tous les produits et les services invoqués par la requérante.

42 Troisièmement, la requérante soutient que la marque antérieure joue un rôle significatif, dominant et décisif dans l'expression combinée « Astérix & Obélix » et que la popularité combinée de ces marques doit donc être attribuée aux deux marques. Elle précise que la marque antérieure est également utilisée de manière indépendante dans de nombreux articles de marchandisage pour lesquels l'EUIPO a reconnu un usage sérieux de la marque, ce qui démontre qu'elle est suffisamment renommée en tant que marque autonome. Partant,

la requérante soutient que, en raison de l'usage étendu de l'expression « Astérix & Obélix » qui est populaire et notoirement connue, ainsi que de l'usage autonome de la marque Obelix, qui est appréciée et dont il est fait un usage sérieux, la chambre de recours devait conclure que la marque antérieure jouissait d'une renommée dans l'Union. Selon la requérante, les éléments de preuve démontrent une popularité, des chiffres élevés incontestés et l'usage de la marque.

43 L'EUIPO et l'intervenant estiment que l'appréciation de la chambre de recours est exempte d'erreur et soutiennent, en substance, que les éléments de preuve apportés par la requérante permettent de mettre en évidence la popularité de la série « Astérix & Obélix », mais ne suffisent pas pour établir que le seul signe Obelix est perçu par le public pertinent comme une indication d'origine commerciale, et encore moins qu'il jouit d'une renommée en tant que marque au sens de l'article 8, paragraphe 5, du règlement 2017/1001.

44 L'EUIPO estime que l'argumentation de la requérante repose sur une lecture erronée de la décision attaquée, dans la mesure où la chambre de recours n'a pas exclu la possibilité que le terme « Obelix », bien qu'il renvoie à un célèbre personnage de fiction, puisse également fonctionner comme une marque ou même une marque renommée. L'EUIPO réitère cependant que la requérante n'a pas prouvé que le signe contesté était utilisé en tant que marque et qu'il avait acquis une renommée au sens de l'article 8, paragraphe 5, du règlement 2017/1001, même si les éléments de preuve apportés par la requérante permettent de mettre en évidence la popularité de la série « Astérix & Obélix ».

45 L'EUIPO considère que la chambre de recours a retenu, à juste titre, que la grande majorité des éléments de preuve concernaient la dénomination composée « Astérix & Obélix » et que les quelques documents qui faisaient uniquement référence au terme « Obelix » ne démontraient pas un usage en tant que marque ou sa perception par le public pertinent en tant qu'identificateur d'origine. L'EUIPO soutient également que les éléments de preuve tels que les images de produits, les accords de licence ou les extraits montrant les produits disponibles à la vente sur certaines plateformes en ligne ne contiennent pas de données vérifiables sur les véritables résultats de vente, ni d'indication sur l'importance de l'usage ou sur la réelle sensibilisation du public et ne permettent pas de démontrer que le terme « Obelix » est connu en tant que marque par une part significative du public pertinent. L'EUIPO précise ainsi que certains éléments de preuve objectifs, tels que des attestations de tiers, des campagnes publicitaires ou des données de part de marché sont essentiels afin d'étayer une revendication de renommée. Selon l'EUIPO, la requérante se contente plutôt de réitérer la grande popularité de la franchise « Astérix & Obélix », ce qui, comme l'a souligné à juste titre la chambre de recours, ne suffit pas à démontrer que le public perçoit le terme « Obelix » en tant que tel comme une marque renommée. La requérante tenterait d'abaisser le seuil des preuves à un niveau de plausibilité.

46 L'intervenant soutient que l'argumentation de la requérante est erronée, car aucun passage de la décision attaquée ne conteste la validité de la marque antérieure ou n'affirme que cette marque est descriptive ou que les noms de personnages fictifs ne peuvent pas être enregistrés en tant que marques. Selon l'intervenant, la chambre de recours a analysé les

éléments de preuve censés confirmer la renommée de la marque antérieure et a conclu, à juste titre, que cette dernière n'était pas démontrée. En effet, l'intervenant considère que la chambre de recours a mis en évidence, à juste titre, que la popularité d'un film ou d'une bande dessinée est différente de la renommée d'une marque. Il précise que les éléments de preuve fournis par la requérante portent sur la popularité du personnage d'Obélix en tant que héros de la série « Astérix & Obélix », mais ne confirment pas que le nom « Obélix » est utilisé en tant que marque et perçu comme telle par le public. Selon l'intervenant, l'usage du terme « Obelix » dans un livre ou un film ne signifie pas que le livre ou le film porte la marque antérieure, car dans ce contexte, la fonction de ce terme est différente, à savoir nommer et désigner un héros du film ou du livre et non pas distinguer ce livre ou ce film comme provenant d'un certain entrepreneur.

47 En l'espèce, en premier lieu, la requérante reproche à la chambre de recours d'avoir remis en cause la validité de la marque antérieure.

48 Or, il y a lieu de noter qu'il ressort des points 57 à 66 de la décision attaquée que la chambre de recours a effectué une appréciation des éléments de preuve fournis par la requérante afin d'établir la renommée de la marque antérieure. La chambre de recours en a conclu que rien dans les éléments de preuve ne suggérait que le public pertinent reconnaîtrait le terme « Obelix » comme une indication de l'origine commerciale des produits et des services en cause et que, par conséquent, les éléments de preuve ne permettaient pas de conclure que la marque antérieure était renommée. Dès lors, la décision attaquée portait sur l'appréciation de la renommée de la marque antérieure sur la base des éléments de preuve produits par la requérante dans le cas d'espèce. Ce faisant, la chambre de recours n'a pas remis en cause la validité de la marque antérieure et n'a pas affirmé que les noms des personnages fictifs ne pouvaient pas être enregistrés en tant que marques.

49 En second lieu, la requérante conteste les conclusions de la chambre de recours selon lesquelles, d'une part, rien dans les éléments de preuve ne suggérait que le public pertinent reconnaitrait le terme « Obelix » comme une indication de l'origine commerciale des produits et des services en cause et, d'autre part, ces éléments de preuve ne permettaient pas de conclure que la marque antérieure était renommée.

50 À cet égard, il y a lieu de rappeler que l'existence de la renommée doit être appréciée en tenant compte de tous les facteurs pertinents du cas d'espèce, à savoir, notamment, la part de marché détenue par la marque, l'intensité, l'étendue géographique et la durée de son usage ainsi que l'importance des investissements réalisés par l'entreprise pour la promouvoir (voir arrêt du 28 juin 2018, EUIPO/Puma, C-564/16 P, EU:C:2018:509, point 56 et jurisprudence citée).

51 Toutefois, l'énumération qui précède n'ayant qu'un caractère illustratif, il ne saurait être exigé que la preuve de la renommée d'une marque porte sur l'ensemble de ces éléments [voir arrêt du 13 novembre 2024, Aesculap/EUIPO – Aeneas (AESKUCARE Food Intolerance, AESKUCARE et AESKUCARE Allergy), T-64/23 à T-66/23, non publié, EU:T:2024:827, point 25 et jurisprudence citée].

52 En effet, s’agissant de la preuve de la renommée, un faisceau d’éléments de preuve peut permettre d’établir les faits à démontrer, alors même que chacun de ces éléments, pris isolément, serait impuissant à rapporter la preuve de l’exactitude de ces faits (voir arrêt du 13 novembre 2024, AESKUCARE Food Intolerance, AESKUCARE et AESKUCARE Allergy, T-64/23 à T-66/23, non publié, EU:T:2024:827, point 26 et jurisprudence citée).

53 À cet égard, il convient de noter que la chambre de recours a indiqué, aux points 61 et 62 de la décision attaquée, que rien dans les éléments de preuve ne suggérait que le public pertinent reconnaitrait le terme « Obelix » comme une indication de l’origine commerciale des produits et des services en cause et que la simple existence, en tant que telle, de produits sur le thème d’Obélix ne fournit aucune information sur la manière dont le terme Obelix en tant que marque est perçu par le public pertinent. De plus, la chambre de recours a constaté, au point 65 de la décision attaquée, que le fait qu’ « Astérix & Obélix » soit le nom d’une série de bandes dessinées célèbre et populaire n’impliquait pas nécessairement que le public pertinent, lorsqu’il verrait le signe Obelix apposé seul sur des produits tels que des jouets, des livres, des DVD ou des jeux de société, le percevrait comme une marque au sens d’une indication de l’origine commerciale ou comme une marque renommée plutôt que comme une simple référence descriptive à un personnage de la série de bandes dessinées en question.

54 Or, en faisant ces constatations, la chambre de recours a omis de prendre en compte le fait qu’il ressort des éléments de preuve présentés dans le cadre de la procédure devant l’EUIPO, y compris les images reproduites dans la décision attaquée, que la requérante a produit des exemples de différents produits sur lesquels le symbole « ® », qui signifie en anglais « registered trademark » (« marque enregistrée »), est apposé sur le côté droit du terme « Obelix » ou « Obélix ». De même, dans plusieurs éléments de preuve, lorsque le terme « Obelix » ou « Obélix » est utilisé avec le terme « Asterix » ou « Astérix », le symbole « ® » est apposé séparément à côté de chacun d’eux.

55 Dès lors, pour le public pertinent qui achètera ces produits, la présence du symbole « ® » indiquera que le terme « Obelix » est une marque enregistrée et partant, qu’il sert d’indication de l’origine commerciale du produit en question.

56 De même, c’est à tort que la chambre de recours a exclu, en général, aux points 60, 64 et 65 de la décision attaquée, de prendre en considération la plupart des éléments de preuve pour la seule raison qu’ils concernaient l’utilisation du signe Obelix en combinaison avec le signe Asterix, et non séparément.

57 À cet égard, il convient de noter qu’il n’existe aucune règle en matière de marque de l’Union européenne obligeant la requérante à prouver l’usage de la marque antérieure de manière isolée, indépendamment de toute autre marque. Il est possible que deux ou plusieurs marques soient utilisées simultanément sans altérer le caractère distinctif du signe enregistré [voir, en ce sens, arrêts du 8 décembre 2005, Castellblanch/OHMI – Champagne Roederer (CRISTAL CASTELLBLANCH), T-29/04, EU:T:2005:438, points 33 et 34, et du 14 décembre 2011, Völkl/OHMI – Marker Völkl (VÖLKL), T-504/09, EU:T:2011:739, point 100]. En outre, la possibilité que la renommée de la marque antérieure soit prouvée ne saurait être exclue en

raison du seul fait qu'elle apparaissait en association avec un autre terme [voir, par analogie, arrêt du 29 novembre 2018, Louis Vuitton Malletier/EUIPO – Fulia Trading (LV BET ZAKŁADY BUKMACHERSKIE), T-373/17, non publié, EU:T:2018:850, point 95]. Dès lors, bien que la majorité des éléments de preuve concernent l'usage du terme « Obelix » dans l'expression « Asterix & Obelix » ou « Astérix & Obélix », il ne peut être exclu que ces éléments permettent d'établir que le terme « Obelix » était utilisé en tant que marque et que la marque antérieure puisse avoir acquis une renommée en tant que marque.

58 En effet, le terme « Obelix » est perceptible de manière individualisée lorsqu'il est utilisé en combinaison avec le terme « Asterix », notamment si, comme il ressort de certains éléments de preuve, y compris ceux reproduits dans la décision attaquée, les termes « Asterix » et « Obelix » ou « Astérix » et « Obélix » sont chacun accompagnés d'un symbole « ® », démontrant qu'il s'agit de marques enregistrées distinctes, qui indiquent, chacune séparément, l'origine commerciale des produits et des services en cause.

59 En outre, au point 64 de la décision attaquée, qui énumère les types de preuves manquantes pour démontrer la renommée de la marque antérieure, la chambre de recours reconnaît elle-même qu'en excluant les preuves relatives à l'expression « Astérix & Obélix », elle a également exclu de l'appréciation ces types de preuves. Il s'agit, par exemple, du document émanant d'un site Internet tiers établissant les revenus générés par les films « Astérix & Obélix » dans le monde (pièce 7 annexée au mémoire de la requérante dans la procédure devant la division d'annulation).

60 Il découle de ce qui précède que, eu égard aux éléments de preuve produits par la requérante, la chambre de recours a procédé à un examen erroné et incomplet des éléments visant à établir la renommée de la marque antérieure.

61 Ainsi, en rejetant la pertinence ou en excluant la prise en compte d'un grand nombre des éléments de preuve de la manière décrite aux points 53 à 59 ci-dessus, la chambre de recours n'a pas effectué, contrairement à la jurisprudence citée aux points 50 à 52 ci-dessus, une appréciation de l'existence de la renommée de la marque antérieure sur la base de l'ensemble des facteurs pertinents du cas d'espèce qui pouvaient être démontrés par ces éléments de preuve.

62 Toutefois, une telle erreur d'appréciation ne justifierait l'annulation de la décision attaquée que dans la mesure où elle aurait une quelconque incidence sur le sens de la décision attaquée. En effet, il est de jurisprudence constante que, si, dans les circonstances particulières du cas d'espèce, une erreur n'a pu avoir une influence déterminante quant au résultat, l'argumentation fondée sur une telle erreur relative à l'appréciation des faits est inopérante et ne saurait donc suffire à justifier l'annulation de la décision qui est attaquée [voir, en ce sens, arrêt du 26 juillet 2023, Apart/EUIPO – S. Tous (Représentation du contour d'un ours), T-591/21, non publié, EU:T:2023:433, point 48 et jurisprudence citée]. Ainsi, il y a lieu également d'examiner la seconde branche du second moyen, dans la mesure où la conclusion éventuellement correcte de la chambre de recours sur l'absence de lien entre les marques en conflit emporte à elle seule le rejet de la demande en nullité de sorte que l'erreur

entachant l'appréciation de la renommée de la marque antérieure n'aurait aucune incidence sur le sens de la décision attaquée.

– *Sur la seconde branche du second moyen, tirée de l'appréciation erronée du lien entre les marques en conflit et de l'atteinte à la renommée de la marque antérieure*

63 La chambre de recours a constaté, par souci d'exhaustivité, que même si la renommée de la marque antérieure avait été prouvée, la demande en nullité aurait pu, en tout état de cause, être rejetée sur la base de l'article 8, paragraphe 5, du règlement 2017/1001, car le public pertinent n'établirait pas de lien entre les marques en conflit, rendant ainsi impossible la survenance de l'un des types d'atteintes énumérés dans cette disposition.

64 À cet égard, elle a rappelé que les produits visés par la marque contestée étaient complètement différents des produits et des services couverts par la marque antérieure, qu'il n'existait aucune proximité entre les secteurs de marché pertinents et qu'il était peu probable que les activités commerciales de la requérante soient étendues pour inclure des armes à feu, des explosifs et des armes, la requérante n'ayant même pas été en mesure, dans le passé et dans le cadre d'une procédure d'opposition, de prouver l'usage sérieux de sa marque antérieure française enregistrée pour les produits compris dans la classe 13. La chambre de recours a également retenu que les produits visés par la marque contestée compris dans la classe 13 s'adressaient à un public très spécialisé, à savoir le personnel militaire, les chasseurs, les spécialistes de la sécurité et les officiers de police, alors que le public pertinent pour les produits et les services couverts par la marque antérieure était le grand public, dont les membres ne peuvent être légalement propriétaires d'armes sans un permis. Elle en a conclu que le chevauchement des publics pertinents requis par la jurisprudence n'existait pas et que, au regard du niveau d'attention élevé des professionnels qui achètent des armes à feu, des armes et des explosifs dans le cadre de leurs fonctions, il était douteux que, dans le contexte commercial spécifique du signe contesté, ils associeraient mentalement les caractéristiques des armes à celles du personnage d'Obélix, même si lesdits consommateurs connaissaient les bandes dessinées « Astérix et Obélix ».

65 La chambre de recours en a déduit qu'il était peu probable que la marque contestée, lorsqu'elle était appliquée aux produits visés par cette marque, ait évoqué le signe antérieur, même si sa renommée avait été prouvée (quod non) et ce en dépit du fait que les signes en conflit étaient identiques. Partant, en l'absence de lien entre les marques en conflit, l'usage de la marque contestée n'entrainerait pas de préjudice au caractère distinctif ou à la renommée de la marque antérieure et, en commercialisant ses produits compris dans la classe 13 désignés par le signe contesté, l'intervenant ne tirerait pas indûment profit du caractère distinctif, allégué mais non prouvé, ou de la renommée de la marque antérieure.

66 La requérante conteste cette appréciation et soutient que la chambre de recours n'a pas pris en compte les facteurs pertinents afin d'apprécier l'existence d'un lien entre les marques en conflit, violant ainsi l'article 8, paragraphe 5, du règlement 2017/1001. Selon la requérante, premièrement, la chambre de recours n'a pas accordé l'importance nécessaire au fait que les marques en conflit sont identiques. Deuxièmement, la requérante estime que la chambre de

recours n’a pas pris en compte le degré de caractère distinctif de la marque antérieure, laquelle possède un caractère distinctif exceptionnellement élevé, car, selon la requérante, il s’agit d’un mot unique et fantaisiste qui n’a de signification dans aucune langue et qui est utilisé exclusivement par la requérante et ses preneurs de licence contrôlés depuis plus de 60 ans. Selon la requérante, du fait de ce caractère unique incontesté et de sa renommée, la dissemblance entre les produits en cause devient beaucoup moins importante. Troisièmement, la requérante soutient que la chambre de recours n’a pas accordé suffisamment d’importance à sa propre hypothèse, à savoir que la marque antérieure est renommée.

67 En outre, la requérante estime que la chambre de recours a également violé l’article 8, paragraphe 5, du règlement 2017/1001 en concluant qu’il n’y avait pas de chevauchement des publics pertinents et qu’il était peu probable que la marque contestée ait évoqué le signe antérieur lorsqu’elle était appliquée aux produits contestés. Selon elle, le lien entre ces deux marques n’est pas hypothétique, mais réel et imminent.

68 Enfin, la requérante estime que la chambre de recours a violé l’article 8, paragraphe 5, du règlement 2017/1001 en estimant, à tort, que la marque contestée ne porterait pas atteinte à l’image positive et à la renommée de la marque antérieure identique, nonobstant l’enregistrement et l’usage du terme « Obelix » pour le matériel de guerre.

69 L’EUIPO soutient que, la chambre de recours ayant conclu, à juste titre, que la requérante n’avait pas prouvé que la marque antérieure jouissait d’une renommée au sens de l’article 8, paragraphe 5, du règlement 2017/1001, la seconde branche du second moyen doit être considérée comme inopérante. L’EUIPO précise également que l’allégation de la requérante concernant le préjudice porté à la renommée de la marque antérieure est nouvelle et donc irrecevable.

70 L’intervenant soutient que, même si la marque antérieure était une marque renommée (quod non), il ne tirerait aucun avantage de cette renommée. En effet, les produits pour lesquels la marque contestée est enregistrée ne circulent pas rapidement et ne sont pas achetés quotidiennement par les consommateurs. Selon l’intervenant, le choix de ces produits exige un niveau d’attention élevé et ils sont destinés à un public très spécifique, à savoir les professionnels des armes à feu. L’intervenant estime que ces personnes n’établiront pas de lien entre la marque contestée et le personnage d’Obélix, et que bien qu’il soit possible qu’ils connaissent les livres et les films avec ce personnage, rien ne prouve que cette connaissance les incite ou les décourage à acheter les produits portant la marque contestée et qu’elles associeront cette marque à la requérante. En ce qui concerne l’affirmation de la requérante selon laquelle l’usage de la marque contestée portera atteinte à la renommée de la marque antérieure parce qu’elle sera utilisée pour des armes létales, l’intervenant soutient que, si la requérante était réellement opposée à l’utilisation de la marque contestée pour des armes, elle n’aurait pas déjà enregistré une marque Obelix en France pour des armes relevant de la classe 13. Par ailleurs, l’intervenant précise que le grand public ne saura même pas que des produits relevant de la classe 13 portant la marque contestée existent, dans la mesure où ces produits visés par cette marque ne sont pas destinés au grand public, ne sont pas vendus

dans les supermarchés et leur promotion est limitée seulement à des médias et à des salons spécifiques. Dès lors, l'enregistrement et l'usage de la marque contestée ne porteraient pas préjudice à la renommée de la marque antérieure, pour autant que cette marque jouisse d'une renommée.

71 Il y a lieu de rappeler qu'il ressort de la jurisprudence citée au point 30 ci-dessus que les atteintes visées par l'article 8, paragraphe 5, du règlement 2017/1001, lorsqu'elles se produisent, sont la conséquence d'un certain degré de similitude entre les marques en conflit, en raison de laquelle le public concerné effectue un rapprochement entre ces deux marques, c'est-à-dire établit un lien entre celles-ci, alors même qu'il ne les confond pas.

72 En l'espèce, dans la partie de la décision attaquée consacrée à l'appréciation de l'existence d'un lien entre les marques en conflit, la chambre de recours a supposé que la renommée de la marque antérieure avait été établie et a tenu compte de quelques facteurs, à savoir le degré de similitude des produits et des services en cause, le public pertinent et l'identité des marques en conflit. En effet, il ressort de la décision attaquée que les produits et les services en cause étaient différents et que les publics pertinents ne se chevauchaient pas. Eu égard à ces considérations, la chambre de recours a conclu qu'il était peu probable que la marque contestée ait évoqué la marque antérieure, quand bien même sa renommée aurait été prouvée, et ce en dépit du fait que les marques en conflit étaient identiques.

73 Toutefois, il convient de noter que l'analyse effectuée par la chambre de recours se limitait, en substance, à seulement deux des facteurs énoncés au point 31ci-dessus, à savoir le degré de similitude entre les marques en conflit et la nature des produits ou des services pour lesquels les marques en conflit sont respectivement enregistrées, y compris le degré de proximité ou de dissemblance de ces produits ou de ces services ainsi que le public concerné.

74 Il ressort donc de la décision attaquée que la chambre de recours a conclu à l'absence de lien entre les marques en conflit en raison d'une différence trop importante entre les produits et les services désignés par ces marques ainsi qu'entre les secteurs de marché pertinents et de l'absence de chevauchement des publics pertinents.

75 Or, il convient de rappeler qu'il ressort de la jurisprudence citée au point 31 ci-dessus que l'existence d'un tel lien doit être appréciée globalement, en tenant compte de tous les facteurs pertinents du cas d'espèce.

76 À cet égard, l'EUIPO a admis à l'audience qu'afin d'apprécier un tel lien, il serait nécessaire d'établir une chronologie et un degré de la renommée, ce qui n'avait pas été effectué en l'espèce, étant donné que l'EUIPO s'est fondé sur une présomption de renommée. En outre, il a admis que le caractère unique et le caractère distinctif inhérent de la marque antérieure constituent également des éléments à prendre en compte. Dès lors, comme l'a également reconnu l'EUIPO lors de l'audience, c'est à tort que la chambre de recours s'est uniquement focalisée sur la différence entre les produits et les services en cause et l'absence de

chevauchement des publics pertinents comme justification de l'absence de lien entre les marques en conflit.

77 Il convient notamment de noter que la chambre de recours n'a pas établi et n'a donc pas pris en compte le degré de caractère distinctif, intrinsèque ou acquis par l'usage, de la marque antérieure.

78 Dans ce contexte, il convient de relever que, aux fins de l'appréciation de l'existence d'un lien entre les marques en conflit, la jurisprudence n'exige pas de prendre en considération le degré de caractère distinctif intrinsèque d'une marque antérieure et le degré de caractère distinctif acquis par l'usage, mais uniquement l'un des deux [voir arrêt du 26 septembre 2018, Puma/EUIPO – Doosan Machine Tools (PUMA), T-62/16, EU:T:2018:604, point 84 et jurisprudence citée].

79 Il en résulte que la chambre de recours aurait dû examiner le degré de caractère distinctif de la marque antérieure, soit intrinsèque, soit acquis par l'usage.

80 Il découle de ce qui précède que la chambre de recours n'a pas effectué d'appréciation de l'existence d'un lien entre les marques en conflit sur la base de l'ensemble des facteurs pertinents et a ainsi violé l'article 8, paragraphe 5, du règlement 2017/1001.

81 Au vu de l'ensemble des considérations qui précèdent, concernant l'illégalité entachant les deux motifs fondant la décision attaquée, il y a lieu d'annuler celle-ci, sans qu'il soit besoin de se prononcer sur les autres griefs invoqués par la requérante dans le cadre de la seconde branche du second moyen et sur l'irrecevabilité opposée par l'EUIPO dirigée contre l'un d'entre eux.

Sur les dépens

82 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. Par ailleurs, aux termes de l'article 134, paragraphe 2, du règlement de procédure, si plusieurs parties succombent, le Tribunal décide du partage des dépens.

83 En l'espèce, l'EUIPO et l'intervenant ayant succombé, il y a lieu de les condamner à supporter leurs propres dépens ainsi que, à parts égales, ceux exposés par la requérante, conformément aux conclusions de cette dernière.

84 En outre, la requérante a conclu à la condamnation de l'EUIPO et de l'intervenant aux dépens qu'elle a exposés devant la chambre de recours. À cet égard, il suffit de relever qu'il appartiendra à la chambre de recours de statuer, à la lumière du présent arrêt, sur les frais afférents à la procédure devant elle [voir arrêt du 29 mai 2018, Uribe-Etxebarría Jiménez/EUIPO – Núcleo de comunicaciones y control (SHERPA), T-577/15, EU:T:2018:305, point 94 et jurisprudence citée].

Par ces motifs,

LE TRIBUNAL (huitième chambre)

déclare et arrête :

1) La décision de la deuxième chambre de recours de l'Office de l'Union européenne pour la propriété intellectuelle (EUIPO) du 11 novembre 2024 (affaire R 875/2024-2) est annulée.

2) L'EUIPO supportera ses propres dépens, ainsi que la moitié de ceux exposés par Les Éditions Albert René.

3) WORKS 11 MICHAŁ LUBIŃSKI supportera ses propres dépens, ainsi que la moitié de ceux exposés par Les Éditions Albert René.

Gâlea Tóth Ricziová

Ainsi prononcé en audience publique à Luxembourg, le 13 mai 2026.

Signatures

---

* Langue de procédure : l'anglais.