InfoCuria
Case-law
English (en)

Home > **Search form** > **List of results** > **Documents**

Language of document : French ECLI:EU:T:2025:526

DOCUMENT DE TRAVAIL

ARRÊT DU TRIBUNAL (sixième chambre)

21 mai 2025 (*)

« Marque de l'Union européenne – Procédure de nullité – Marque de l'Union européenne figurative représentant des chevrons entre deux lignes parallèles – Cause de nullité absolue – Absence de caractère distinctif – Article 7, paragraphe 1, sous b), du règlement (CE) no 207/2009 [devenu article 7, paragraphe 1, sous b), du règlement (UE) 2017/1001] – Examen des causes de nullité par la grande chambre de recours »

Dans l'affaire T-133/24,

KnitPro International, établie à Jaipur (Inde), représentée par MM. S. Malynicz, barrister, et D. Stone, solicitor,

partie requérante,

contre

Office de l'Union européenne pour la propriété intellectuelle (EUIPO), représenté par Mme D. Stoyanova-Valchanova et M. M. Eberl, en qualité d'agents,

partie défenderesse,

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

135 Kirkstall, Inc., établie à Vancouver, Washington (États-Unis), représentée par Mes V. von Bomhard et J. Fuhrmann, avocats,

LE TRIBUNAL (sixième chambre),

composé de Mme M. J. Costeira, présidente, M. U. Öberg et Mme E. Tichy-Fisslberger (rapporteure), juges,

greffier : M. G. Mitrev, administrateur,

vu la phase écrite de la procédure,

à la suite de l'audience du 6 février 2025,

rend le présent

Arrêt

Par son recours fondé sur l'article 263 TFUE, la requérante, KnitPro International, demande, en substance, l'annulation et la réformation partielles de la décision de la grande chambre de recours de l'Office de l'Union européenne pour la propriété intellectuelle (EUIPO) du 15 décembre 2023 [affaire R 2672/2017-G (RENV)] (ci-après la « décision attaquée »).

Antécédents du litige

Le 15 février 2010, le prédécesseur en droit de la requérante, M/S. Indeutsch International, a déposé une demande d'enregistrement de marque de l'Union européenne auprès de l'Office de l'Union européenne pour la propriété intellectuelle (EUIPO), en vertu du règlement (CE) n° 207/2009 du Conseil, du 26 février 2009, sur la marque de l'Union européenne (JO 2009, L 78, p. 1) [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)].

La marque dont l'enregistrement a été demandé est le signe figuratif reproduit ci-après :



Ce signe a été accompagné de la description suivante :

« La marque consiste en un dessin géométrique répétitif. »

L'enregistrement de cette marque a été demandé pour des « aiguilles à tricoter » et des « crochets à broder » relevant de la classe 26 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.

Ladite marque a été publiée au *Bulletin des marques communautaires* n° 74/2010 du 26 avril 2010 et enregistrée le 10 août 2010.

Le 9 janvier 2013, Crafts Americana Group, Inc., ancienne dénomination de l'intervenante, 135 Kirkstall, Inc., a introduit auprès de l'EUIPO une demande en nullité de cette marque au titre de l'article 52, paragraphe 1, sous a), du règlement n° 207/2009, lu conjointement avec l'article 7, paragraphe 1, sous a) et b), du même règlement

[devenus, respectivement, article 59, paragraphe 1, sous a), et article 7, paragraphe 1, sous a) et b), du règlement 2017/1001].

Le 7 mai 2014, la division d'annulation a rejeté la demande en nullité (ci-après la « décision de la division d'annulation »). En particulier, la division d'annulation a constaté, d'une part, que la marque contestée satisfaisait aux exigences de l'article 7, paragraphe 1, sous a), du règlement n° 207/2009. D'autre part, elle a conclu que la marque contestée était pourvue de caractère distinctif au sens de l'article 7, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 207/2009.

Le 14 juillet 2014, l'intervenante a formé un recours auprès de l'EUIPO contre la décision de la division d'annulation.

Par décision du 5 novembre 2015 (ci-après la « première décision de la chambre de recours »), la première chambre de recours a annulé la décision de la division d'annulation au motif que la marque contestée était dépourvue de caractère distinctif au sens de l'article 7, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 207/2009.

Par requête déposée au greffe du Tribunal le 21 janvier 2016, le prédécesseur en droit de la requérante a demandé l'annulation de la première décision de la chambre de recours.

Par arrêt du 21 juin 2017, M/S. Indeutsch International/EUIPO – Crafts Americana Group (Représentation de chevrons entre deux lignes parallèles) (T-20/16, EU:T:2017:410), le Tribunal a annulé la première décision de la chambre de recours. Il ressort des points 16 et 41 à 47 de cet arrêt que le Tribunal a considéré que, en prenant appui sur le fait que les produits du prédécesseur en droit de la requérante faisaient apparaître en surface des motifs sous forme de chevrons multicolores afin d'examiner le caractère distinctif de l'apparence de ces produits et en fondant ainsi son appréciation sur la marque contestée telle qu'elle avait été utilisée et non telle qu'elle avait été enregistrée, la chambre de recours avait tenu compte de caractéristiques substantiellement altérées de cette marque. Le Tribunal a estimé que cette circonstance était constitutive d'une violation de l'article 7, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 207/2009.

À la suite de l'arrêt du 21 juin 2017, Représentation de chevrons entre deux lignes parallèles (T-20/16, EU:T:2017:410), l'affaire a été attribuée à la grande chambre de recours de l'EUIPO.

Par décision du 13 décembre 2019 (ci-après la « deuxième décision de la chambre de recours »), la grande chambre de recours a annulé la décision de la division d'annulation et a déclaré que la marque contestée avait été enregistrée en violation de l'article 7, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 207/2009. Elle a également indiqué qu'il n'y avait pas lieu d'examiner si la marque contestée relevait du champ d'application de l'article 7, paragraphe 1, sous a), de ce même règlement. Enfin, elle a renvoyé l'affaire devant la division d'annulation pour permettre à cette dernière de statuer sur un éventuel caractère distinctif acquis par l'usage de la marque contestée au sens de l'article 7, paragraphe 3, du règlement n° 207/2009 [devenu article 7, paragraphe 3, du règlement 2017/1001].

Par requête déposée au greffe du Tribunal le 25 février 2020, la requérante a demandé l'annulation de la deuxième décision de la chambre de recours.

Par arrêt du 6 octobre 2021, M/S. Indeutsch International/EUIPO – 135 Kirkstall (Représentation de chevrons entre deux lignes parallèles) (T-124/20, non publié, EU:T:2021:668), le Tribunal a annulé la deuxième décision de la chambre de recours. Il ressort des points 63 à 72 et 77 de cet arrêt que le Tribunal a, en substance, considéré que la grande chambre de recours avait omis de statuer sur l'un des deux motifs sur lesquels reposait la demande en nullité, à savoir la prétendue violation de l'article 7, paragraphe 1, sous a), du règlement n° 207/2009, ce qui a entraîné l'annulation de ladite décision.

À la suite de l'arrêt du 6 octobre 2021, Représentation de chevrons entre deux lignes parallèles (T-124/20, non publié, EU:T:2021:668), le présidium des chambres de recours a décidé de maintenir l'attribution de l'affaire à la grande chambre de recours.

Par la décision attaquée, la grande chambre de recours a, à nouveau, annulé la décision de la division d'annulation et a déclaré que la marque contestée avait été enregistrée en violation de l'article 7, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 207/2009 (voir points 68 à 93 de la décision attaquée), tout en rejetant le motif de la demande en nullité tiré de l'article 7, paragraphe 1, sous a), de ce même règlement (voir points 56 à 67 de la décision attaquée).

En particulier, la grande chambre de recours a considéré, premièrement, au point 76 de la décision attaquée, que la marque contestée était une figure géométrique simple, constituée de cinq représentations d'un chevron, ou une forme géométrique abstraite constituée par un dessin répétitif consistant en deux lignes parallèles renfermant des chevrons clairement délimités, le tout en noir et blanc. Deuxièmement, elle a, en substance, estimé, aux points 78 à 87 de la décision attaquée, que la marque contestée ne divergeait pas de manière significative de la norme ou des habitudes du secteur des aiguilles à tricoter et des crochets à broder de sorte qu'elle ne remplissait pas sa fonction essentielle d'indication d'origine commerciale. Troisièmement, elle a également relevé, aux points 88 à 92 de la décision attaquée que, en raison de la simplicité et du caractère décoratif de la marque contestée, cette dernière était dépourvue de caractère distinctif. En outre, la grande chambre de recours a, aux points 94 et 95 de la décision attaquée, renvoyé l'affaire devant la division d'annulation concernant la question d'un éventuel caractère distinctif acquis par l'usage de la marque contestée au sens de l'article 7, paragraphe 3, du règlement n° 207/2009.

Conclusions des parties

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

annuler la décision attaquée ;

déclarer que le recours est manifestement fondé ;

à titre subsidiaire, rejeter la demande en nullité en ce qu'elle est fondée sur l'article 7, paragraphe 1, sous a) et b), du règlement n° 207/2009 ;

condamner l'EUIPO et l'intervenante aux dépens.

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

rejeter le recours dans son intégralité ;

condamner la requérante aux dépens exposés par l'EUIPO en cas de convocation à une audience.

L'intervenante conclut à ce qu'il plaise au Tribunal :

rejeter le recours ;

condamner la requérante aux dépens, y compris ceux exposés par l'intervenante.

Ainsi qu'il en a été pris acte dans le procès-verbal de l'audience, en réponse à une question posée par le Tribunal, la requérante a renoncé, d'une part, à son deuxième chef de conclusions dans son ensemble, et, d'autre part, à ses premier et troisième chefs de conclusions dans la mesure où ils étaient fondés sur l'article 7, paragraphe 1, sous a), du règlement n° 207/2009. Elle a également confirmé que, par son premier chef de conclusions, elle demandait uniquement l'annulation de la décision attaquée pour autant que celle-ci a accueilli la demande en nullité sur le fondement de l'article 7, paragraphe 1, sous b), du même règlement.

En droit

Observations liminaires

Compte tenu de la date d'introduction de la demande d'enregistrement en cause, à savoir le 15 février 2010, qui est déterminante aux fins de l'identification du droit matériel applicable, les faits de l'espèce sont régis par les dispositions matérielles du règlement n° 207/2009, dans sa version antérieure aux modifications apportées par le règlement (UE) 2015/2424 du Parlement européen et du Conseil, du 16 décembre 2015, modifiant le règlement n° 207/2009 et le règlement (CE) n° 2868/95 de la Commission portant modalités d'application du règlement (CE) n° 40/94 du Conseil sur la marque communautaire, et abrogeant le règlement (CE) n° 2869/95 de la Commission relatif aux taxes à payer à l'Office de l'harmonisation dans le marché intérieur (marques, dessins et modèles) (JO 2015, L 341, p. 21) (voir, en ce sens, ordonnance du 5 octobre 2004, Alcon/OHMI, C-192/03 P, EU:C:2004:587, points 39 et 40, et arrêt du 23 avril 2020, Gugler France/Gugler et EUIPO, C-736/18 P, non publié, EU:C:2020:308, point 3 et jurisprudence citée).

Par suite, en l'espèce, il convient d'entendre les références faites par la requérante aux règles de fond sans préciser le droit applicable dans sa requête, comme visant les dispositions du règlement n° 207/2009.

Sur le moyen unique, tiré de la violation de l'article 7, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 207/2009

À l'appui de son recours, la requérante invoque, en substance, un moyen unique, tiré de la violation de l'article 7, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 207/2009.

Ce moyen unique s'articule en cinq griefs par lesquels la requérante allègue, premièrement, que la grande chambre de recours s'est fondée à tort sur les produits concrets plutôt que sur la marque contestée telle qu'enregistrée et, de ce fait, qu'elle a appliqué, lors de l'appréciation du caractère distinctif de la marque contestée, un critère d'examen erroné portant sur la divergence significative de la marque contestée par rapport à la norme ou aux habitudes du secteur concerné, deuxièmement, que même si un tel critère était applicable, la marque contestée y aurait satisfait, troisièmement, que la grande chambre de recours a commis une erreur concernant la perception de la marque contestée par le public pertinent, quatrièmement, que la grande chambre de recours a, à tort, déterminé que la marque était purement décorative et donc dépourvue de caractère distinctif et, en tout état de cause, que le caractère décoratif de la marque contestée ne diminue pas son caractère distinctif, et cinquièmement, que la décision attaquée est contradictoire dans la mesure où la grande chambre de recours a indiqué que la marque était à la fois suffisamment ornementale pour être considérée comme décorative et pourtant trop simple pour être considérée comme distinctive.

L'EUIPO, soutenu par l'intervenante, conteste les arguments de la requérante.

Le Tribunal observe que la requérante ne conteste ni les conclusions de la grande chambre de recours relatives à l'article 7, paragraphe 1, sous a), du règlement n° 207/2009, ni le renvoi, devant la division d'annulation, de la question d'un éventuel caractère distinctif acquis par l'usage au sens de l'article 7, paragraphe 3, dudit règlement (voir points 18 et 19 ci-dessus). Dès lors, le Tribunal doit uniquement contrôler si la grande chambre de recours a correctement conclu à l'absence de caractère distinctif de la marque contestée en vertu de l'article 7, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 207/2009, en tenant compte des exigences découlant de l'arrêt du 21 juin 2017, Représentation de chevrons entre deux lignes parallèles (T-20/16, EU:T:2017:410).

En l'espèce, il est constant, ainsi que l'a correctement considéré la grande chambre de recours au point 76 de la décision attaquée, que la marque figurative contestée est une figure géométrique simple, constituée de cinq représentations d'un chevron, ou une forme géométrique abstraite constituée par un dessin répétitif consistant en deux lignes parallèles renfermant des chevrons clairement délimités, le tout en noir et blanc.

À cet égard, il convient de rappeler que conformément à l'article 52, paragraphe 1, sous a), du règlement n° 207/2009, la nullité de la marque de l'Union européenne est déclarée, notamment sur demande présentée auprès de l'EUIPO, lorsqu'elle a été enregistrée contrairement aux dispositions de l'article 7 dudit règlement.

Aux termes de l'article 7, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 207/2009, sont refusées à l'enregistrement les marques qui sont dépourvues de caractère distinctif.

Le caractère distinctif d'une marque au sens de l'article 7, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 207/2009, signifie que cette marque permet d'identifier le produit ou le service pour lequel l'enregistrement est demandé

comme provenant d'une entreprise déterminée et donc de distinguer ce produit ou ce service de ceux d'autres entreprises (voir arrêt du 21 janvier 2010, Audi/OHMI, C-398/08 P, EU:C:2010:29, point 33 et jurisprudence citée).

La notion d'intérêt général sous-jacente à l'article 7, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 207/2009, se confond, à l'évidence, avec la fonction essentielle de la marque qui est de garantir au consommateur ou à l'utilisateur final l'identité d'origine du produit ou du service désigné par la marque, en lui permettant de distinguer sans confusion possible ce produit ou ce service de ceux qui ont une autre provenance (voir, en ce sens, arrêt du 29 avril 2004, Henkel/OHMI, C-456/01 P et C-457/01 P, EU:C:2004:258, point 48).

Le caractère distinctif d'une marque, au sens de l'article 7, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 207/2009, doit être apprécié, d'une part, par rapport aux produits ou aux services pour lesquels l'enregistrement est demandé et, d'autre part, par rapport à la perception qu'en a le public pertinent (voir arrêt du 29 avril 2004, Henkel/OHMI, C-456/01 P et C-457/01 P, EU:C:2004:258, point 35 et jurisprudence citée).

C'est à la lumière de ces considérations qu'il convient d'examiner si, comme le soutient la requérante, la grande chambre de recours a violé l'article 7, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 207/2009, en concluant que la marque contestée était dépourvue de caractère distinctif.

Sur le public pertinent

Il ressort des points 85 et 90 la décision attaquée que la grande chambre de recours a, en substance, fondé ses appréciations sur un public composé de consommateurs moyens, normalement informés et raisonnablement attentifs et avisés, du grand public et des spécialistes. Ces considérations de la grande chambre de recours ne sont pas contestées par la requérante.

Sur la prise en compte de la marque contestée telle qu'enregistrée

Dans le cadre de la première partie de son premier grief du moyen unique, la requérante reproche à la grande chambre de recours d'avoir commis la même erreur que la première chambre de recours qui a entraîné l'annulation de la première décision de la chambre de recours par arrêt du 21 juin 2017, Représentation de chevrons entre deux lignes parallèles (T-20/16, EU:T:2017:410), à savoir s'être fondée sur les produits tels que commercialisés plutôt que sur la marque contestée telle qu'enregistrée.

L'EUIPO, soutenu par l'intervenante, conteste les arguments de la requérante.

En l'espèce, premièrement, la grande chambre de recours a, au point 77 de la décision attaquée, correctement retenu comme principe que l'appréciation du caractère distinctif de la marque contestée au sens de l'article 7, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 207/2009, devait être fondée sur l'impression de la représentation graphique de cette marque telle que déposée et enregistrée, comme l'a exigé le Tribunal dans l'arrêt du 21 juin 2017, Représentation de chevrons entre deux lignes parallèles (T-20/16, EU:T:2017:410, point 45).

Deuxièmement, lors de son appréciation concrète du caractère distinctif de la marque contestée, la grande chambre de recours a, au point 84 de la décision attaquée, considéré que la représentation de cette marque telle que déposée ne dévoilait aucune structure tridimensionnelle superficielle. Ladite chambre a, au point 89 de la décision attaquée, souligné que seule l'impression en noir et blanc de la représentation graphique de ladite marque devait être appréciée, et non son usage effectif ou potentiel en couleurs. Elle a, en substance, aux points 91 et 92 de la décision attaquée, apprécié cette marque comme une répétition exacte sur le plan géométrique d'une figure géométrique simple. Ainsi, la grande chambre de recours s'est uniquement fondée sur les caractéristiques essentielles de la marque contestée telle qu'enregistrée.

Troisièmement, quant aux considérations relatives aux produits en cause, d'une part, aux points 85 et 86 de la décision attaquée, la grande chambre de recours a pris en considération le fait que lesdits produits étaient longs et fins et que ces produits étaient habituellement fabriqués à partir de différents matériaux. Conformément à la jurisprudence rappelée au point 35 ci-dessus, ladite chambre a correctement apprécié la nature des produits en cause.

D'autre part, contrairement à ce que soutient la requérante, la grande chambre de recours a également considéré, aux points 85 et 90 de la décision attaquée, que la marque contestée visait à être apposée sur les produits en cause, sur leur emballage ainsi que sur le matériel promotionnel. Il ne saurait être reproché à ladite chambre d'avoir pris en considération les modes d'usage probables de la marque contestée. En effet, le caractère distinctif d'un signe doit être examiné en prenant en considération tous les faits et circonstances pertinents, y compris l'ensemble des modes d'usage probables de la marque demandée, à savoir ceux étant significatifs dans la pratique du secteur économique en cause [voir, par analogie, arrêt du 12 septembre 2019, Deutsches Patent- und Markenamt (#darferdas?), C-541/18, EU:C:2019:725, point 33].

La grande chambre de recours s'est donc limitée à la prise en compte des modes d'usage probables de la marque contestée eu égard à la nature des produits en cause in abstracto.

Dès lors, contrairement à la première chambre de recours dans la première décision de la chambre de recours, qui avait, à tort, pris en considération des motifs apposés sur des produits qui portaient des couleurs et qui étaient distribués à intervalles irréguliers (arrêt du 21 juin 2017, Représentation de chevrons entre deux lignes parallèles, T-20/16, EU:T:2017:410, point 43), la grande chambre de recours ne s'est pas fondée, dans la décision attaquée, sur les exemples des produits en cause issus du dossier de l'EUIPO.

Partant, contrairement à ce que fait valoir la requérante, la grande chambre de recours s'est bien fondée sur l'impression de la représentation graphique de la marque contestée telle que déposée et enregistrée ainsi que sur les modes d'usage probables de cette marque eu égard à la nature des produits en cause. Par conséquent, elle a respecté les exigences découlant l'arrêt du 21 juin 2017, Représentation de chevrons entre deux lignes parallèles (T-20/16, EU:T:2017:410).

Il y a donc lieu de rejeter la première partie du premier grief de la requérante comme non fondé.

Sur l'applicabilité de la jurisprudence relative aux marques se confondant avec l'apparence des produits concernés

Dans le cadre de la seconde partie de son premier grief du moyen unique, la requérante reproche à la grande chambre de recours d'avoir appliqué, lors de l'appréciation du caractère distinctif de la marque contestée, à tort un

critère d'examen erroné portant sur la divergence significative de celle-ci par rapport à la norme ou aux habitudes du secteur concerné. En effet, la requérante fait valoir que la marque contestée n'est pas une marque figurative représentant l'apparence des produits en cause qui aurait permis à la grande chambre de recours d'appliquer ledit critère. Elle souligne que la représentation visuelle de la marque contestée n'a pas l'apparence des produits en cause et que sa description fait référence uniquement au motif lui-même sans indiquer la manière dont cette marque serait apposée sur lesdits produits.

L'EUIPO, soutenu par l'intervenante, conteste les arguments de la requérante.

La grande chambre de recours a, au point 81 de la décision attaquée, considéré, en substance, que, lorsque le signe venait à se confondre avec l'apparence du produit ou d'une partie du produit, il devait diverger de manière significative de la norme ou des habitudes du secteur afin de remplir sa fonction essentielle d'indication d'origine.

Selon la jurisprudence, les critères d'appréciation du caractère distinctif sont les mêmes pour les différentes catégories de marques (voir ordonnance du 28 juin 2004, Glaverbel/OHMI, C-445/02 P, EU:C:2004:393, point 23 et jurisprudence citée).

Toutefois, dans le cadre de l'application de ces critères, il convient de tenir compte du fait que la perception du consommateur moyen n'est pas nécessairement la même dans le cas d'une marque constituée par l'apparence du produit lui-même que dans le cas d'une marque verbale ou figurative qui consiste en un signe indépendant de l'apparence des produits qu'elle désigne. En effet, les consommateurs moyens n'ont pas pour habitude de présumer l'origine des produits en se fondant sur leur forme en l'absence de tout élément graphique ou textuel, de sorte qu'il pourrait s'avérer plus difficile d'établir le caractère distinctif d'une marque constituée par l'apparence du produit lui-même [voir arrêt du 24 novembre 2016, Azur Space Solar Power/EUIPO (Représentation de lignes et de briques blanches sur fond noir), T-578/15, non publié, EU:T:2016:674, point 15 et jurisprudence citée].

Dans ces conditions, plus la forme dont l'enregistrement est demandé en tant que marque se rapproche de la forme la plus probable que prendra le produit concerné, plus il est vraisemblable que ladite forme soit dépourvue de caractère distinctif au sens de l'article 7, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 207/2009 (voir, en ce sens, arrêt du 7 octobre 2004, Mag Instrument/OHMI, C-136/02 P, EU:C:2004:592, point 31).

Par conséquent, seule une marque qui, de manière significative, diverge de la norme ou des habitudes du secteur et, de ce fait, est susceptible de remplir sa fonction essentielle d'identification de l'origine n'est pas dépourvue de caractère distinctif au sens de ladite disposition (voir arrêt du 24 novembre 2016, Représentation de lignes et de briques blanches sur fond noir, T-578/15, non publié, EU:T:2016:674, point 17 et jurisprudence citée).

L'élément déterminant pour l'applicabilité la jurisprudence citée aux points 51 à 54 ci-dessus n'est pas la qualification de la marque concernée de marque figurative, tridimensionnelle ou autre, mais le fait que ladite marque se confond avec l'aspect du produit lui-même. Ainsi, ladite jurisprudence s'applique, outre aux marques tridimensionnelles, à des marques figuratives consistant en une reproduction bidimensionnelle du produit désigné [voir, en ce sens, arrêt du 30 mars 2022, Daimler/EUIPO (Représentation d'étoiles à trois branches sur fond noir IV), T-279/21, non publié, EU:T:2022:196, point 20].

Plus concrètement, la jurisprudence citée aux points 51 à 54 ci-dessus est applicable lorsque, une fois mis en présence d'une marque tridimensionnelle, figurative ou autre s'agissant des produits concernés, une partie non négligeable du public pertinent la perçoit comme une représentation de la forme desdits produits [voir arrêt du 26 juin 2024, beckberg/EUIPO (Représentation d'un poussin éclos), T-595/23, non publié, EU:T:2024:423, point 28 et jurisprudence citée].

Par ailleurs, tel est également le cas d'une marque figurative constituée par une partie de la forme du produit qu'elle désigne, dans la mesure où le public pertinent la percevra, immédiatement et sans réflexion particulière, comme une représentation d'un détail particulièrement intéressant ou attrayant du produit en question, plutôt que comme une indication de son origine commerciale [arrêt du 19 septembre 2012, Fraas/OHMI (Motif à carreaux gris foncé, gris clair, noir, beige, rouge foncé et rouge clair), T-50/11, non publié, EU:T:2012:442, point 43].

En l'espèce, eu égard aux considérations découlant des points 42 à 44 ci-dessus, il faut examiner si, dans les cas où la marque contestée sera apposée sur les produits en cause, la grande chambre de recours a, à juste titre, appliqué la jurisprudence relative aux marques se confondant avec l'apparence des produits concernés rappelée aux points 51 à 57 ci-dessus.

Quant aux caractéristiques de la marque contestée, le Tribunal a déjà constaté que ladite marque est une forme géométrique abstraite constituée par un dessin répétitif consistant en deux lignes parallèles renfermant des chevrons clairement délimités, le tout en noir et blanc (arrêt du 21 juin 2017, Représentation de chevrons entre deux lignes parallèles, T-20/16, EU:T:2017:410, point 44).

Quant à la nature des produits en cause, la grande chambre de recours a, aux points 85 à 87 de la décision attaquée, considéré, à juste titre, que si ces produits, consistant en des aiguilles à tricoter et des crochets à broder, étaient longs et fins, ils n'étaient cependant pas standardisés, mais étaient fabriqués à partir de différents matériaux et dans différentes textures.

Ainsi, eu égard aux caractéristiques intrinsèques de la marque contestée et à la nature des produits en cause, ladite marque peut être utilisée pour être apposée sur la surface desdits produits comme un motif de surface (voir, en ce sens, arrêt du 13 septembre 2018, Birkenstock Sales/EUIPO, C-26/17 P, EU:C:2018:714, point 41).

Dès lors, lorsque le public pertinent sera mis en présence de la marque contestée apposée sur la surface des produits en cause, celui-ci pourra la percevoir comme étant indissociable de l'apparence d'une partie de la forme desdits produits.

Par ailleurs, contrairement à ce qu'a fait valoir la requérante lors de l'audience, pour que la jurisprudence citée aux points 51 à 57 ci-dessus soit applicable, il suffit que la marque contestée se confonde avec une partie de la forme des produits en cause lorsqu'elle est apposée sur lesdits produits.

Dans ces conditions, la grande chambre de recours a correctement considéré, en substance, aux points 85 à 87 de la décision attaquée, que, lorsque la marque contestée était apposée sur les produits en cause, elle se confondait

avec l'apparence d'une partie de la forme desdits produits. Ainsi, contrairement à ce que prétend la requérante, elle a, aux points 77 à 87 de la décision attaquée, pu, sans commettre d'erreur de droit, apprécier le caractère distinctif de ladite marque telle qu'enregistrée en appliquant la jurisprudence citée aux points 51 à 57 ci-dessus, en particulier en examinant dans quelle mesure cette marque divergeait, de manière significative, de la norme ou des habitudes du secteur afin de remplir sa fonction essentielle d'indication d'origine.

Il y a donc lieu de rejeter la seconde partie du premier grief de la requérante comme non fondé.

Sur la divergence significative de la marque contestée par rapport à la norme ou aux habitudes du secteur concerné

Dans le cadre de son deuxième grief du moyen unique, la requérante soutient que, à supposer même que la marque contestée soit perçue comme la représentation graphique de la forme des produits en cause, la grande chambre de recours aurait dû conclure que cette marque répondait au critère selon lequel la marque en cause doit diverger de la norme ou des habitudes du secteur afin que son origine commerciale puisse être identifiée. En effet, elle avance que la marque contestée consiste en un motif qui est frappant, attrayant et susceptible d'être gardé en mémoire de sorte qu'elle divergeait suffisamment de la norme ou des habitudes du secteur à la date de la demande d'enregistrement et possédait donc au moins un certain degré de caractère distinctif.

L'EUIPO, soutenu par l'intervenante, conteste les arguments de la requérante.

Ainsi qu'il ressort de la jurisprudence citée aux points 51 à 57 ci-dessus, une marque dont l'apparence de la forme se confond avec celle des produits concernés est dépourvue de caractère distinctif, au sens de l'article 7, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 207/2009, si elle ne diverge pas de manière significative de la norme ou des habitudes du secteur concerné.

Il convient d'examiner dans le cas d'espèce si, comme le soutient la requérante, la grande chambre de recours a, à tort, considéré que la marque contestée ne divergeait pas de manière significative de la norme ou des habitudes du secteur concerné.

La grande chambre de recours a, au point 87 de la décision attaquée, en substance, considéré qu'il serait peu probable que les produits en cause contenant la représentation graphique de la marque contestée telle que déposée et enregistrée soient perçus comme présentant une apparence significativement différente de la norme ou des habitudes du secteur concerné étant donné qu'ils présentaient uniquement de petites différences par rapport à d'autres produits disponibles sur le marché.

En particulier, aux points 85 à 86 de la décision attaquée, elle s'est fondée, en substance, sur les exemples des produits en cause sur le marché, fabriqués à partir de différents matériaux et dans différentes textures, afin d'estimer que les caractéristiques de la marque contestée n'étaient ni anormales ni étonnantes dans le secteur des produits couverts par celle-ci. Elle a également relevé, au point 87 de la décision attaquée, que les consommateurs moyens n'exigeaient pas que les produits en cause soient standardisés. En outre, elle a, au point 86 de la décision attaquée, estimé que, si les produits en cause étaient fabriqués en bois, la marque contestée correspondait à un motif de grain de bois classique et serait perçue comme tel par le public pertinent.

À cet égard, ainsi qu'il a été rappelé au point 34 ci-dessus, la fonction essentielle d'une marque est de garantir au consommateur ou à l'utilisateur final l'identité d'origine du produit désigné par cette marque.

Le signe en cause doit ainsi présenter des caractéristiques facilement et immédiatement mémorisables par le public pertinent qui lui permettraient d'être appréhendé immédiatement comme une indication de l'origine commerciale des produits concernés [voir, en ce sens, arrêt du 5 avril 2017, Anta (China)/EUIPO (Représentation de deux lignes formant un angle aigu), T-291/16, non publié, EU:T:2017:253, point 31 et jurisprudence citée].

En outre, il convient toujours de vérifier si une marque permet au consommateur moyen du produit concerné, normalement informé et raisonnablement attentif et avisé, de distinguer, sans procéder à une analyse et sans faire preuve d'une attention particulière, ce produit de ceux d'autres entreprises (arrêt du 12 décembre 2019, EUIPO/Wajos, C-783/18 P, non publié, EU:C:2019:1073, point 25 et jurisprudence citée).

En l'espèce, premièrement, ainsi qu'il ressort du dossier de l'EUIPO, il est habituel que les produits en cause, à savoir les aiguilles à tricoter et les crochets à broder, revêtent une forme longue et fine, se composent de différents matériaux et textures et n'aient pas une apparence uniforme. Or, les produits couverts par la marque contestée, fabriqués à partir de différents matériaux et dans différentes textures, revêtent également une forme longue et fine.

Deuxièmement, dans la mesure où la requérante se prévaut du caractère distinctif de la marque contestée, en dépit de l'analyse de l'EUIPO, c'est à elle qu'il appartient de fournir des indications concrètes et étayées établissant que cette marque est dotée d'un caractère distinctif intrinsèque (voir, en ce sens, arrêt du 15 mai 2014, Louis Vuitton Malletier/OHMI, C-97/12 P, non publié, EU:C:2014:324, point 72). Cependant, elle n'avance aucun argument concret ni aucune preuve afin d'étayer son affirmation selon laquelle la marque contestée est frappante et remarquable et de prouver que ladite marque diverge de manière significative de la norme ou des habitudes du secteur concerné.

Troisièmement, même à supposer que le placement de la marque contestée sur les produits en cause ou la circonstance que, à la différence de ces produits, les produits précédemment présents sur le marché ne portaient aucun motif soit constitutif d'une divergence significative par rapport aux normes et aux habitudes du secteur, il n'en demeure pas moins que ladite marque ne peut pas être facilement et instantanément mémorisée par le public pertinent. Ainsi, elle ne peut pas remplir la fonction essentielle d'indication d'origine commerciale, au sens de la jurisprudence rappelée aux points 72 à 74 ci-dessus.

Dans ces conditions, c'est à juste titre que la grande chambre de recours a, au point 87 de la décision attaquée, considéré, en substance, qu'il serait peu probable que la représentation graphique de la marque contestée telle qu'enregistrée soit perçue comme présentant une apparence significativement différente de la norme ou des habitudes du secteur concerné.

Le deuxième grief de la requérante doit donc être rejeté comme non fondé.

Sur la perception de la marque contestée comme représentant un grain de bois

Dans le cadre de son troisième grief du moyen unique, la requérante reproche à la grande chambre de recours d'avoir considéré que, à la date de la demande d'enregistrement, la marque contestée serait perçue comme la représentation d'un grain de bois. Elle fait valoir que les produits en cause peuvent être fabriqués à partir de divers matériaux et qu'il appartient à la demanderesse en nullité d'apporter la preuve que ces produits étaient, à cette date, fabriqués en bois. En outre, elle avance que l'impression d'un motif de grain de bois est différente sur une aiguille métallique ou une aiguille en plastique de sorte que, apposé sur une telle aiguille, ce motif possède un caractère distinctif. Elle ajoute, en tout état de cause, que le motif à chevrons de la marque contestée ne correspond pas à un grain de bois étant donné que ce motif est linéaire et espacé de manière symétrique.

L'EUIPO, soutenu par l'intervenante, conteste les arguments de la requérante.

Au point 86 de la décision attaquée, la grande chambre de recours a considéré que, si les aiguilles à tricoter ou crochets à broder étaient fabriqués en bois, le motif à chevrons correspondrait à un motif de grain de bois classique et serait perçu comme tel, sans qu'elle ait estimé nécessaire de conclure que cette représentation graphique équivalait à une structure de grain de bois.

Contrairement à ce que soutient la requérante, il y a lieu d'approuver ces conclusions de la grande chambre de recours.

Premièrement, en raison de la nature des produits en cause et malgré la forme parfaitement linéaire et symétriquement espacée de la marque contestée, comme le fait valoir l'EUIPO, le public pertinent ne sera pas empêché de percevoir ladite marque comme ressemblant à une structure de grain de bois.

Deuxièmement, la requérante semble admettre que, dans l'hypothèse où les produits en cause sont fabriqués en bois ou dans des matériaux similaires au bois, un motif de grain de bois pourrait être considéré comme dépourvu de caractère distinctif.

Troisièmement, contrairement à ce que soutient la requérante, la grande chambre de recours a, au point 86 de la décision attaquée, en substance, correctement considéré, en s'appuyant sur les observations du prédécesseur en droit de la requérante, que les produits en cause sont fabriqués à partir de divers matériaux, à savoir du bois ainsi que de plastique, du bambou ou d'autres matériaux similaires.

En tout état de cause, même à supposer que la marque contestée ne puisse pas être considérée comme représentant un grain de bois dans l'hypothèse où les produits en cause ne sont pas fabriqués en bois ou en matériaux similaires au bois, il suffit de rappeler que la norme ou les habitudes du secteur concerné ne sauraient être réduites aux seules formes statistiquement les plus répandues, mais comprennent toutes les formes que le consommateur a l'habitude d'apercevoir sur le marché (voir arrêt du 26 juin 2024, Représentation d'un poussin éclos, T-595/23, non publié, EU:T:2024:423, point 58 et jurisprudence citée).

Partant, il convient de rejeter le troisième grief de la requérante.

Sur le caractère décoratif et simple de la marque contestée

Dans le cadre de ses quatrième et cinquième griefs du moyen unique, la requérante critique, en substance, les appréciations de la grande chambre de recours selon lesquelles la marque contestée serait perçue par le public pertinent comme un élément simple et ornemental et serait donc dépourvue de caractère distinctif. En effet, selon la requérante, bien que la marque contestée présente certains aspects décoratifs, ceux-ci ne remettent pas en cause son caractère distinctif. La requérante fait référence à l'exemple du motif à damier et du monogramme de Louis Vuitton ainsi qu'au logo LV de Louis Vuitton, à la virgule de Nike, aux trois bandes d'Adidas et au signe de Gucci afin d'affirmer que le fait d'être attrayant ne remet pas en cause le caractère distinctif d'une marque. Au contraire, selon elle, le caractère décoratif d'une marque contribue à établir son caractère distinctif. Par ailleurs, la requérante observe que le grief selon lequel une marque est visiblement attrayante est pertinent pour apprécier la valeur substantielle donnée au produit au sens de l'article 7, paragraphe 1, sous e), iii), du règlement n° 207/2009 [devenu article 7, paragraphe 1, sous e), iii), du règlement 2017/1001], mais que cette disposition ne s'applique pas aux marques figuratives et ne devrait donc pas, en l'espèce, être prise en considération.

En outre, la requérante considère que la décision attaquée est contradictoire dans la mesure où, après avoir établi le caractère décoratif de la marque contestée en prenant en considération des produits concrets, la grande chambre de recours a conclu que ladite marque était trop simple pour être considérée comme distinctive.

L'EUIPO, soutenu par l'intervenante, conteste les arguments de la requérante.

En ce que la requérante critique les appréciations de la grande chambre de recours selon lesquelles la marque contestée est considérée comme étant à la fois excessivement décorative et excessivement simple (voir points 89 et 90 ci-dessus), il convient d'examiner si la grande chambre de recours a correctement apprécié le caractère décoratif et simple de la marque contestée.

À cet égard, il ressort de la jurisprudence qu'un signe d'une simplicité excessive et constitué d'une figure géométrique de base, telle qu'un cercle, une ligne, un rectangle, ou un pentagone conventionnel, n'est pas susceptible, en tant que tel, de transmettre un message dont les consommateurs peuvent se souvenir, de sorte que ces derniers ne le considéreront pas comme une marque, à moins qu'il ait acquis un caractère distinctif par l'usage [arrêts du 29 septembre 2009, The Smiley Company/OHMI (Représentation de la moitié d'un sourire de smiley), T-139/08, EU:T:2009:364, point 26, et du 4 avril 2019, Stada Arzneimittel/EUIPO (Représentation de deux arches opposées), T-804/17, non publié, EU:T:2019:218, point 20].

En outre, ainsi qu'il ressort de la jurisprudence citée au point 73 ci-dessus, le signe en cause doit présenter des caractéristiques facilement et immédiatement mémorisables par le public pertinent qui lui permettraient d'être appréhendé immédiatement comme une indication de l'origine commerciale des produits en cause.

En l'espèce, il est constant que le dessin répétitif consistant en deux lignes parallèles renfermant des chevrons clairement délimités en noir et blanc (voir point 30 ci-dessus) est une forme géométrique simple.

Ainsi, en raison de cette simplicité, la marque contestée n'est pas susceptible de transmettre un message dont les consommateurs peuvent se souvenir, de sorte que ces derniers ne la considéreront pas comme une marque.

Dès lors, c'est à juste titre que la grande chambre de recours a, au point 89 de la décision attaquée, considéré qu'étant un signe géométrique simple, la représentation graphique de la marque contestée en noir et blanc

confirmait l’absence de caractère distinctif de cette marque.

En outre, il est courant de décorer des objets avec des motifs simples qui, de ce fait, servent d’ornement. Dès lors, ainsi que l’a correctement considéré, au point 88 de la décision attaquée, la grande chambre de recours, la marque contestée sera perçue comme une caractéristique ornementale des produits en cause.

Ainsi, étant décorative et simple, la marque contestée ne présente aucun aspect facilement et immédiatement mémorisable par le public pertinent qui lui permettrait d’être appréhendé immédiatement comme une indication de l’origine commerciale des produits en cause.

Par conséquent, la grande chambre de recours n’a pas commis d’erreur d’appréciation en considérant, aux points 88 à 92 de la décision attaquée, que la marque contestée était dépourvue de caractère distinctif en raison de son caractère décoratif et sa simplicité.

Cette conclusion ne saurait être remise en cause par les autres arguments de la requérante.

Premièrement, contrairement à ce que soutient la requérante, la décision attaquée ne présente pas de contradiction. En effet, la grande chambre de recours a, aux points 88 à 92 de la décision attaquée, considéré, en substance, que le public pertinent considérerait que la marque contestée était un élément purement décoratif, étant donné qu’elle était une forme géométrique simple, et de ce fait, qu’il ne se livrerait à aucune analyse de l’origine commerciale de ladite marque.

Deuxièmement, dans la mesure où la requérante se réfère aux exemples des signes utilisés par d’autres entreprises dans d’autres secteurs, elle reste en défaut d’identifier les signes exacts. En outre, en ce que la requérante s’est référée au monogramme, au motif à damier et au logo LV de Louis Vuitton, à la virgule de Nike, aux trois bandes d’Adidas et au signe de Gucci afin d’affirmer que le fait d’être attrayant ne remet pas en cause le caractère distinctif d’une marque, il y a lieu de rappeler qu’il ressort de la jurisprudence que l’EUIPO est tenu d’exercer ses compétences en conformité avec les principes généraux du droit de l’Union, y compris les principes d’égalité de traitement et de bonne administration. Eu égard auxdits principes, l’EUIPO doit prendre en considération les décisions qu’il a déjà adoptées sur des demandes similaires et s’interroger avec une attention particulière sur la question de savoir s’il y a lieu ou non de décider dans le même sens, l’application de ces principes devant être conciliée avec le respect du principe de légalité (arrêt du 10 mars 2011, Agencja Wydawnicza Technopol/OHMI, C-51/10 P, EU:C:2011:139, points 73 à 75).

Par conséquent, la personne qui demande l’enregistrement d’un signe en tant que marque de l’Union européenne ne saurait invoquer à son profit une illégalité éventuelle commise en faveur d’autrui afin d’obtenir une décision identique. Au demeurant, pour des raisons de sécurité juridique et, précisément, de bonne administration, l’examen de toute demande d’enregistrement doit être strict et complet afin d’éviter que des marques ne soient enregistrées de manière indue. Cet examen doit avoir lieu dans chaque cas concret. En effet, l’enregistrement d’un signe en tant que marque de l’Union européenne dépend de critères spécifiques, applicables dans le cadre des circonstances factuelles du cas d’espèce, destinés à vérifier si le signe en cause ne relève pas d’un motif de refus (voir, en ce sens, arrêt du 10 mars 2011, Agencja Wydawnicza Technopol/OHMI, C-51/10 P, EU:C:2011:139, points 76 et 77).

En tout état de cause, les signes mentionnés par la requérante dans la requête ne sont pas comparables à la marque contestée étant donné qu’ils ne visent pas les mêmes produits que ladite marque.

Troisièmement, quant à l’argument de la requérante selon lequel l’article 7, paragraphe 1, sous e), iii), du règlement n° 207/2009, ne s’applique pas aux marques figuratives, il suffit de relever que la grande chambre de recours n’a pas appliqué cette disposition dans le cas d’espèce. Ainsi, cet argument de la requérante doit être écarté comme étant inopérant.

Dès lors, les quatrième et cinquième griefs de la requérante doivent être écartés comme étant, pour partie, non fondés et, pour partie, inopérants.

Dans ces conditions et eu égard à la jurisprudence citée aux points 33 à 35 ci-dessus, la marque contestée ne possède pas de caractère distinctif. Ainsi, c’est à juste titre que la grande chambre de recours a conclu, au point 93 de la décision attaquée, que ladite marque était dépourvue de caractère distinctif au sens de l’article 7, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 207/2009.

Partant, il y a lieu de rejeter le premier chef de conclusions, tendant à l'annulation de la décision attaquée, ainsi que le troisième chef de conclusions, présenté à titre subsidiaire, tendant à ce que le Tribunal rejette la demande en nullité en ce qu’elle est fondée sur la même disposition, à savoir l’article 7, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 207/2009 (voir points 20 et 23 ci-dessus), lequel présuppose que ladite décision soit annulée.

Par conséquent, il y a lieu de rejeter le recours dans son intégralité.

Sur les dépens

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

Une audience ayant eu lieu et la requérante ayant succombé, il y a lieu de la condamner à supporter, outre ses propres dépens, ceux exposés par l’EUIPO et l’intervenante, conformément aux conclusions de ces derniers.

Par ces motifs,

LE TRIBUNAL (sixième chambre)

déclare et arrête :

Le recours est rejeté.

KnitPro International supportera ses propres dépens ainsi que ceux exposés par l’Office de l’Union européenne pour la propriété intellectuelle (EUIPO) et 135 Kirkstall, Inc. aux fins de la procédure devant le Tribunal.

Costeira Öberg Tichy-Fisslberger

Ainsi prononcé en audience publique à Luxembourg, le 21 mai 2025.

Signatures

* Langue de procédure : l’anglais.